



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

생활과학석사학위논문

한국 인디패션의 개념에 관한 연구

2015 년 8 월

서울대학교 대학원

의류학과

김 나 윤

한국 인디패션의 개념에 관한 연구

지도교수 하 지 수

이 논문을 생활과학석사 학위논문으로 제출함

2015 년 5 월

서울대학교 대학원

의류학과

김 나 윤

김나윤의 석사 학위논문을 인준함

2015 년 7 월

위 원 장 _____ (인)

부위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

국문초록

본 연구는 기존의 일관된 문화적 흐름에서 벗어나 자기정체성의 실현과 가치, 자유와 창작의 독립을 추구하는 인디패션을 파악하는데 목적을 두었다. 이를 통해 인디패션의 정의와 특성, 인디패션향유자들의 특성을 파악하여 다양한 패션 문화로서 앞으로의 패션산업, 패션 트렌드 등에 대한 새로운 발전 방향을 제시하는데 도움이 되고자 하였다.

본 연구에서는 현재까지 인디패션에 관한 연구가 활발히 이루어지고 있지 않아, 문헌연구뿐만 아니라 인디패션을 향유하고 있는 사람들의 의견들을 물어 인디패션의 정의와 특성을 추출한 실증적 연구방법을 병행하였다.

문헌연구는 인디문화에서 활동하고 있는 사람들이 쓴 인디 관련 에세이, 국내 · 외 서적 및 연구논문 등을 통하여 인디에 대한 정의 및 특성을 고찰하였으며, 심층면접에서는 인디패션의 정의 · 특성 및 이미지, 인디패션의 스타일 표현, 인디패션의 소비행동, 현대 패션시스템에서 인디패션의 위치, 제작경험 등으로 크게 5가지 유형으로 실시하였다.

먼저 인디의 정의 · 특성 및 이미지에 대한 연구 결과로서, 인디의 정의는 획일화된 문화 생산 양식의 시스템에서 벗어나 고유의 문화적 특징과 자기만의 독창성을 추구하려는 정신과 태도이었다. 그리고 인디의 특성은 첫째, 제작과 유통을 거대 자본으로부터 독립시킨 것이다. 둘째, 이러한 독립의 바탕에는 자기정체성이 크게 자리를 잡고 있다. 셋째, 이러한 독립으로 자유롭고 실험적인 표현 방식을 보이는데 이는 기존의 질서에 대한 대안적 가능성 및 경직

된 사회에서 대안적인 문화적 실천의 가능성으로 존재하고 있다.

본 연구에서 중점적으로 연구하고자 하는 인디패션은 이러한 인디의 정의와 특성에 부합하는 패션을 의미하며, 기존의 패션과 다른 인디패션의 특성은 다음과 같다.

첫째, 기존의 패션은 동조성과 차별성이 동시에 존재한다. 여기서의 동조성은 패션흐름과 본인이 속한 사회집단에 의해서 전형적으로 받아들여지는 패션스타일을 의미한다. 이와는 다르게 인디패션은 기준이 본인에게 있어 동조성을 추구하지 않으며, 자신이 속한 준거집단 안에서 기대충족이나 안정감을 위한 패션스타일이 아닌 남들과는 다른 본인만의 개별성을 추구하는 것이다. 또한 지속적으로 새로운 스타일을 추구하는 차별성도 추구하지 않는다. 본인만의 가치관과 정체성의 표현은 패션스타일에 있어서도 남들과는 다른 패션스타일로 보여질 뿐이다.

둘째, 인디패션은 자기정체성을 바탕으로 두고 있음으로 하나의 일관성을 가지고 변하지 않는 본인만의 스타일을 특징으로 한다. 기존의 패션은 계속 변화하는 흐름이 형태를 가지고 있지만 인디패션은 변하지 않는 나만의 스타일과 기준을 갖고 있다.

셋째, 인디패션은 각기 다른 개인의 스타일로서 인디패션을 어떠한 이미지나 스타일로서 규정할 수 없다.

넷째, 인디패션은 다른 사람들이 누군가를 인디패션이라 규정할 수 있는 것이 아니라 본인 스스로 앞서 언급한 인디정신과 태도에 부합하는 패션을 추구한다고 인식할 때 인디패션으로 정의내릴 수 있을 것이다.

다음은 실증적 연구로 인디패션은 어디에 위치하고 있는지, 인디패션에서 패션리더, 유행을 선도하는 사람은 누구라고 생각하는지와 그 이유 등에 대한 연구 결과이다.

인디패션향유자들은 인디패션에 대하여 본인만의 분명한 가치관과 정체성이 중요하기 때문에 유행의 흐름 안에서 존재하는 것이 아니라 독립되어 존재한다고 하였다. 그러나 여기서의 독립은 기존의 패션시스템에서의 완전히 독립이 아닌 일관된 것, 정형화된 것, 익숙한 것들로부터의 독립을 의미한다. 각기 다른 개별적인 인디패션스타일들은 기존의 패션시스템에서 완전히 독립하여 존재하는 것이 아니라 독립하여 위치할 수도 있고 일정 부분 벗어나 있기도 하고 혹은 완전히 독립하지 못하기도 하면서 유동적으로 존재한다는 것이다.

인디패션에서 일반 대중들에게 스타일을 모방하고 유행이 될 수 있게 영향력을 끼치는 패션리더는 존재하지 않는다. 다만 본인이 좋아하고 추구하는 패션스타일의 취향이 맞아 서로 공유하는 사람이 존재할 수는 있다. 취향을 공유하는 공동체 안에서도 영향력을 끼치는 패션리더는 존재하지 않으며 서로 정보를 공유하기는 하지만 각기 다른 개인의 독특한 스타일을 인정하는 각각의 개별만이 존재한다.

따라서 인디패션은 나만의 독창성을 추구하고 각기 다른 개별적인 스타일로서 특정 이미지나 스타일 등으로 규정할 수 없기 때문에 패션리더는 존재할 수 없으며 각각 자기리더, 셀프(self)리더로 볼 수 있다. 또한 이들은 의도적으로 기존 패션시스템 내에서 유행을 선도하는 패션리더가 되려고 하지 않지만, 결과적으로 새로운 패션을 창조하는 사람들이며 패션디자이너라기 보다는 패션스타일링을 창조하는 사람이라 할 수 있고 나아가 패션뿐만 아니라 라이프 스타일을 리드하는 문화 창조자의 역할을 하고 있다.

다음은 인디패션에 있어서 스타일 표현 및 소비행동에 대한 연구 결과로서 인디패션의 스타일 표현에 대한 유형을 완벽하게 범

주화할 수는 없지만 크게 3가지로 구분하였다.

첫째, 스타일링 중심 인디패션으로 각각의 패션 아이템보다는 기존의 아이템들의 새로운 조합을 통해 창의적인 스타일링에 초점을 두고 많은 사람들이 입는 익숙한 패션 아이템, 브랜드를 입어도 이를 어떻게 나만의 것으로 스타일링하여 낯설게 보이게 할지가 중요하다.

기준에 나와 있는 패션 아이템들의 조합을 해체시키고 다시 새롭게 재조합하여 입는 코드 브레이커(Code breaker)로 상황에 맞지 않는 옷을 입는다든지, 전혀 어울리지 않을 법한 아이템들을 새롭게 조합해 창의적인 패션스타일을 표현한다. 또한 색, 소재, 형태 등 기존의 디자인 규칙을 일부러 무너뜨리는 룰 브레이커(Rule breaker)로 패션스타일을 표현한다.

둘째, 아이템 중심 인디패션으로 패션을 표현하는데 있어서 많은 사람들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만이 공유할 법한 브랜드를 통해 나만의 스타일을 표현하고 남들과 다른 기준으로 독창성을 표현한다.

스타일링 중심 인디패션은 익숙한 것을 재해석하여 낯설게 보여 주지만, 아이템 중심 인디패션은 익숙한 것이 아닌 낯선 것 자체를 추구하고 패션스타일을 표현하는데 있어 희소성이 가장 중요하며, 이들은 가격에 의한 희소가 아니라 독특하고 구하기 힘든 희소성을 추구한다.

셋째, 스타일링 중심과 아이템 중심 인디패션은 기준에 나와 있는 패션아이템을 표현한 것이지만, 이와는 달리 패션스타일을 표현하는데 있어서 기존의 패션제품에서는 찾기가 어렵기 때문에 자신이 원하는 것을 스스로 직접 제작하는 유형의 셀프 프로덕션 중심 인디패션이 있다.

다음은 제작경험을 기반으로 하는 셀프 중심 프로덕션에 있어 디자인 및 유통 그리고 인디패션의 문제점과 한계점 등에 대한 연구 결과이다.

디자인 및 구상을 할 때에 중요하게 생각하는 점은 남들과는 다른 독창적인 스타일을 추구하고 이를 위해 다양한 분야에서 받은 영감 및 아이템 등을 패션에 적용하여 새롭게 표현하고 있다.

셀프 중심 프로덕션의 유통에 대한 문제점 및 한계점은 매장을 갖고 있는 인디 디자이너들도 존재하고 있지만, 대부분 자본으로 인해 매장을 구하기 어려워 위탁판매 매장의 일부 빈 선반을 대여해서 자신의 제품을 홍보하고 판매하기도 한다. 또한 매장에서의 판매뿐만 아니라 독립적으로 자신의 브랜드를 런칭하고 다양한 분야의 인디 디자이너들이 모여 인터넷 사이트를 개설하여 판매하기도 한다.

홍보의 경우는 많은 사람들이 다양한 분야에 관심이 있으므로 여러 분야가 함께 모여 플리마켓을 열어 알리고 있으며, 페이스북(facebook), 트위터(twitter), 인스타그램(instagram)등 SNS를 통해 자신들의 브랜드를 공유하고 소통하는 직접적인 홍보가 이루어지고 있다.

인디패션의 문제점과 한계점으로는 대부분이 ‘사람들의 인식’이라고 응답하였다. 많은 사람들이 인디패션이라고 하면 하위패션, 비주류패션, 반항적인 패션 등 부정적이고 특정한 이미지의 인식이 강해 그 인식을 바꾸기가 어렵다고 하였다. 이러한 인식 자체는 남들과 다름을 수용하지 못하는 기성세대의 경직화된 사고, 메이저 중심의 패션시스템의 장악, 인디패션의 정의와 범주가 확실하지 않기 때문이라고 할 수 있다. 이는 현대 패션시스템에서 개별적인 다양한 패션스타일보다는 기존의 획일화된 패션스타일로만 유지·유

통되는 문제점으로도 나타난다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 인디패션이 나아가야 할 방향은 첫째, 인디패션에 대한 인식의 변화 노력이 필요하다. 많은 사람들이 인디패션이라고 하면 부정적인 인식이 강하고 저평가되기도 하며 소수만이 공유하는 문제점으로 나타난다. 이는 기존에 인디패션이라는 정의와 범주가 분명하지 않았고, 특정 스타일로 규정할 수 없기에 인디패션에 대한 인식이 분명하게 이루어지지 않았기 때문이다.

따라서 획일화된 스타일을 맹목적으로 추구하며 남들과는 다를 것을 부정적으로 생각하는 현대사회에서 인디패션은 세분화된 사람들의 취향에 맞추어진 개별적이고 다양한 패션이라는 인식과 본인만의 확실한 기준과 가치관을 갖고 패션을 대하는 정신과 태도가 인디패션의 변화로 나타날 수 있다.

둘째, 심층면접에서 인디패션디자이너들은 대부분 유통과 홍보에 있어서 어려움을 느끼고 있었다. 따라서 기존의 획일화된 패션스타일에서 벗어나 독창적인 패션스타일을 만들어내고 있는 많은 인디패션디자이너들에게 다양한 지원이 필요하다. 이는 메이저로 가기 위한 발판으로서의 지원이 아닌 인디패션만이 갖고 있는 독특한 특성들을 유지하기 위한 지원으로 인디패션 그 자체를 인정해주고 홍보시켜주는 새로운 장이 필요할 것이다. 이를 통해 각기 다른 독창적인 인디패션브랜드들이 존재할 수 있고 이는 패션산업의 다양성 있는 성장을 기대할 수 있을 것이다.

주요어 : 인디패션, 인디정신, 셀프 리더, 셀프 프로덕션

학 번 : 2013-23425

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경과 목적	1
제 2 절 연구의 방법 및 범위	6
제 2 장 인디에 관한 이론적 고찰	11
제 1 절 인디의 정의 및 기원	11
1. 인디의 정의	11
2. 인디의 기원	22
2-1. 인디의 기원	22
2-2. 한국 인디의 역사	29
제 2 절 인디의 특성	38
1. 문화산업구조로부터 제작과 유통의 독립	38
2. 획일화된 문화시스템으로부터 표현의 자유	40
3. 자기정체성이 내포된 독창성	43
제 3 장 한국 인디패션에 대한 실증적 고찰	46
제 1 절 인디패션의 정의 및 현대 패션시스템 내 위치	
1. 인디패션의 정의	46
2. 현대패션시스템에서 인디패션의 위치	52
3. 종합적 논의	57
제 2 절 한국 인디패션의 유형 및 표현특성	58

1. 스타일링 중심 인디패션	58
2. 아이템 중심 인디패션	59
3. 셀프 프로덕션 중심 인디패션	64
4. 유통 및 한계점	70
제 4 장 결론	74
참고문헌	81
Abstract	88

표 목 차

[표 1] 면접 참여자의 인구통계학적 특성	7
[표 2] 면접 내용	10
[표 3] 하위문화의 유사점과 차이점	21
[표 4] 스타일링 중심 인디패션 결론	64
[표 5] 아이템 중심 인디패션 결론	70
[표 6] 셀프 프로덕션 중심 인디패션 결론	73
[표 7] 인디패션생산자의 유통 및 한계점	80

그 림 목 차

[그림 1] 문화 내 인디 문화의 모델화	19
[그림 2] 스트리트 핑크 쇼	31
[그림 3] 인디밴드 크라잉넛의 패션스타일	36
[그림 4] 인디패션향유자의 시각에서 본 현대 패션시스템 내에서 인디패션의 위치	58
[그림 5] 바지 위로 양말을 보이도록 한 패션스타일링	61
[그림 6] 정장을 캐주얼하게 입은 패션스타일링	61
[그림 7] 새로운 매치를 통한 패션스타일링	61
[그림 8] 상·하의 같은 소재로 입은 패션스타일링	62
[그림 9] 상·하의 같은 색으로 입은 패션스타일링	62

[그림 10] 아메리칸 워크 웨어	68
[그림 11] 버즈릭슨(Buzzrickson)의 항공점퍼	68
[그림 12] 독일 브랜드 Bless	69
[그림 13] 퍼 슬리퍼(Brkfurry)	69
[그림 14] 리폼한 바지	72
[그림 15] 위탁판매매장 이태원 폴리폴리 칸!칸!칸!	75
[그림 16] 독립출판서점 가가린	75
[그림 17] 인스타그램을 이용한 폴리마켓 홍보	77
[그림 18] 연구자의 시각에서 본 현대 패션시스템 내에서 인디패션의 위치	78

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경과 목적

핀켈스타인(Finkelstein)¹⁾은 소비사회에서는 생산자들이 경제성보다 상징적인 가치와 의미를 지니는 제품생산에 더욱 중점을 둔다고 하였다. 때문에 현재의 소비사회에서는 많은 기업들이 경쟁적으로 다양한 패션스타일을 선보이고 있으며, 그중 가장 명백하고도 대표적인 변화는 패션에 있어서 취향의 세분화 · 차별화(The differentiation of taste)라고 할 수 있다.

현재 전 세계적으로 SNS 사용자는 16억 명을 넘어섰고, 우리나라도 전체 국민의 54.5%가 즐겨 사용하고 있다.²⁾ SNS를 통해 소비자들은 끊임없는 관심과 공통된 취향을 토대로 그들만의 네트워크를 형성하고 있다. 이러한 네트워크 안에서 소비자들은 단순히 연령과 가격대로 세분화된 고정된 컨셉의 브랜드보다는 나 자신을 효과적으로 나타낼 수 있는 제품을 중요시하기 시작했다. 즉, 소비자가 스스로의 취향을 구분하는 ‘자기 세분화’가 강하게 나타나고 있으며, 소수들만이 공유할 법한 스타일, 기존의 유행의 흐름에서 벗어난 새로운 스타일들이 과거 어느 때보다 더욱 주목받고 있다. 이는 패션뿐만 아니라 음악, 영화 등 라이프 스타일 전반에 걸쳐 강하게 나타나고 있다.

인디(Indie)음악 같은 경우 과거에는 특정 장소에서만 만날 수

1) Finkelstein J., *After a Fashion*, (Melbourne University Press, 1996), 39.

2) 삼성디자인넷, “Convergence(융합)의 시대, Divergence(분화)를 논하라”

<http://www.samsungdesign.net/MarKetReport/content.asp?an=6137&glChk=&block=&page> (2014년 12월 15일 검색)

있었던 낯선 음악, 소수의 마니아층만이 향유할 수 있었던 음악이었지만, 최근 획일화된 대중음악 속에서 다양한 새로운 음악으로 대중의 관심을 끌고 있다. 영화에 있어서도 소수들만이 공유했던 인디영화가 크게 관심을 끌게 되면서, 2008년 <워낭소리>는 관객 수 약 295만 명으로 국내독립영화 중 최다관객을 기록했으며, 1억 원의 제작비로 최종 매출액 190억을 달성했다. 같은 해에 <똥파리>는 관객 수 약 12만 명을 기록하며 로테르담 국제 영화제, 라스팔마스 영화제, 도빌 아시안 영화제 등 17개국 유수의 영화제에 초청되었다.³⁾ 2014년에는 <님아 그 강을 건너지 마오>는 순제작비 1억 2000만원, 마케팅비와 배급비를 포함한 총 제작비 3억7000만 원을 들여 결과적으로 280억에 달하는 매출을 거두었고, 관객 수 약 500만 명을 돌파했다.⁴⁾

‘인디’라는 용어는 음악과 영화뿐만 아니라 게임, 댄스, 사진 등 다양한 분야에서 사용되고 있다. 패션에 있어서도 사업자등록 7년 미만의 신진패션디자이너들을 발굴하고 지원하는 ‘인디브랜드페어’가 만들어져 신진패션브랜드, 신진패션디자이너를 인디패션브랜드, 인디패션디자이너라고 칭하며 인디라는 용어를 기존의 것과는 다른 방향으로 새롭고 독립을 뜻하는 용어로서 사용하기 시작하였다. 기존의 소수의 문화, 비주류의 이미지에서 벗어나 ‘인디’가 새로운 문화로서 대중들의 다양해지고 세분화된 취향을 충족시키면서 문화의 다양한 장르에서 주목받기 시작한 것이다.

3) 강종훈, “‘똥파리’ 바르셀로나 아시안영화제 대상” 연합뉴스, 2009년 05월 11일, <http://entertain.naver.com/read?oid=001&aid=0002654474> (2015년 1월 16일 검색)

4) 권혁기, “박스오피스 1위 ‘님아, 그 강을 건너지 마오’ 평일 관객수 증가” 아주경제, 2014년 12월 17일, <http://www.ajunews.com/view/20141217083544687> (2015년 2월 19일 검색)

본 연구에서는 기존의 문화와는 다른 방향으로 자기 정체성을 실현하고 자유와 창작의 독립을 추구하면서 현재 새로운 문화 트렌드로서 떠오르고 있는 ‘인디’에 주목하고자 한다. 인디패션에 대한 고찰을 통해 개인의 취향이 세분화되어가는 현대사회에서 새로운 대안을 제시해주고 기존의 패션 문화와 상호작용함으로써 새로운 자리매김을 하고 다가오는 미래의 패션 디자인의 방향을 새로운 시각으로 가늠해 보고자 한다.

인디에 관한 선행 연구들을 살펴보면, 주로 인디음악⁵⁾⁶⁾⁷⁾⁸⁾⁹⁾¹⁰⁾, 인디영화¹¹⁾¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾에 관한 연구가 대부분이며 이외에 인디패

-
- 5) 김면중, “포스트인디밴드 : 장기하와 얼굴들, 불나방스타쏘세지클럽을 중심으로”, (석사학위논문 서강대학교 언론대학원 2009).
 - 6) 문서인, “한국 인디음악의 대중성 확보에 관한 연구 : <장기하와 얼굴들>사례를 중심으로” (석사학위논문, 한국외국어대학교 문화컨텐츠학과, 2010).
 - 7) 문진형, “한국 인디 레이블의 성장과정과 발전 방향에 관한 연구” (석사학위논문, 단국대학교 공연예술학과, 2014).
 - 8) 서보승, “국내 인디음악의 전개 과정에 관한 연구” (석사학위논문, 단국대학교 대중문화예술대학원, 2012).
 - 9) Holly Kruse, “Local Identity and Independent Music Scenes, Online and Off”, *Popular Music & Society* 33, no. 5 (2010).
 - 10) Hesmondhalgh, D., “Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre” *Cultural studies* 13 no. 1 (1999).
 - 11) 김주현, “한국독립영화 제작에 관한 독립영화감독들의 인식 및 태도” (석사학위논문, 이화여자대학교 언론홍보영상학과, 2006).
 - 12) 최민음, “독립영화 관람행동 결정 요인 연구” (석사학위논문, 한양대학교 신문방송학과, 2010).
 - 13) 김종갑, “90년대 이후 한국독립영화연구 : 비디오 액티비즘과 미디어 액티비즘을 중심으로” (석사학위논문, 동의대학교 영상정보대학원 2008).
 - 14) 임영빈, “한국 독립영화 제작과정 연구 : 사전제작지원 프로그램을 활용한 독립영화의 제작과정을 중심으로”(석사학위논문, 동국대학교 영상영화제작학과 2014).
 - 15) Taylor, Fracis, “Working practives in Thai independent film production and distribution, Sudarat Musikawong” *Inter-Asia Cultural Studies* (2007).

션¹⁷⁾18), 인디건축¹⁹⁾, 인디댄스²⁰⁾, 인디게임²¹⁾22)에 관한 연구들이 있다. 인디와 관련된 선행연구들은 주로 연구의 목적이 특정분야 문화의 발전방향과 대중성확보에 관해 초점이 맞추어져 있거나, 제작 지원에 관해 연구한 논문이기 때문에 일부로 한정되고 인디의 구체적인 특성과 스타일을 분석하는 것에 대해서는 부족한 한계점을 가지고 있다.

인디패션에 관한 연구는 국내에는 활발하게 진행되고 있지 않으며, 국외에서는 인디패션을 인디음악과 관련한 패션으로 보거나, 신진패션디자이너, 신진패션브랜드로 한정하여 연구되고 있다. 따라서 보다 정확한 인디패션의 정의와 범주, 인디패션의 특성에 관한 연구가 필요하다고 판단하여 본 연구에서는 인디패션의 정의와 특성, 인디패션향유자들의 특성을 파악하여 세분화된 현대사회에서 새롭고 다양한 패션 문화로서 자리매김하고 앞으로의 패션 트렌드와 패션산업의 새로운 발전 방향설정에 도움이 되고자 한다.

16) Peter Sinsbury, "The Financial Base of Independent Film Production in the UK" *Screen incorporating screen education* 22 (1981).

17) Brent Luvaas, "Designer Vandalism: Indonesian Indie Fashion and the Cultural Practice of Cut'n'Paste Visual Anthropology Review" *American Anthropological Association* 26 no. 1 (2010).

18) Radder, Laetitia, "The marketing practices of independent fashion retailers: Evidence from South Africa" *Journal of small business management and Development* 34 no. 1 (1996).

19) 김소연, "인디건축 탐구 : 용산참사 기억 구조물 계획안" (석사학위논문 경기대학교 건축대학원 2010).

20) 하유미, "한국의 인디댄스 연구" (석사학위논문 한국예술종합학교 무용원 2005).

21) 이정엽, "인디게임의 인터랙션 매커니즘과 서술방식 연구", 한국게임학회 14, no. 4 (2014).

22) 이정엽, "인디게임의 아방가르드적 인터랙션 매커니즘과 서술방식 연구", 미디어스토리텔링 (2014).

이를 위한 본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 현대 패션에서 인디패션을 정의 내린다.

둘째, 현대 패션시스템 안에서 인디패션의 위치 및 특수성을 고찰한다.

셋째, 한국 인디패션 소비자 및 생산자 대상의 심층인터뷰를 통해 한국 인디패션의 유형 및 표현특성을 밝힌다.

넷째, 한국 인디패션의 나아갈 방향을 모색한다.

제 2 절 연구의 방법 및 범위

연구 문제를 위한 연구 방법으로 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행하였다.

문헌연구를 통하여 인디의 정의 및 특성을 파악하기 위해 다양한 문화영역 중 ‘인디’영역에서 활동하고 있는 사람들이 쓴 인디에 대한 에세이, 국내 · 외 서적 및 연구논문을 통해 인디의 정의를 고찰하였다. 또한 현재까지 인디패션에 대한 연구가 많지 않은 관계로 문헌연구방법에 더하여 실증적 연구를 병행하였는데 인디패션을 향유하고 있는 사람들의 의견들을 물어 인디패션의 정의와 특성을 추출하였다.

실증적 연구는 심층면접법을 실시하였고, 지인들의 소개를 중심으로 한 편의표본추출법(convenience sampling)과 눈덩이 표집방법(snowball sampling)을 하였다. 면접 대상은 본인 스스로가 인디패션향유자라고 생각하는 사람에 한해 진행하였으며 기존의 패션시스템과는 다른 방향으로 자기 정체성을 표현하고자 판단된 인디패션디자이너와 인디패션잡지 관련 종사자들을 대상으로 하였다. 또한 인디패션의 주 소비계층으로 인디패션잡지에서 취재한 독특한 스타일을 추구하는 사람들과 인디패션디자이너 옷을 구매 · 착용하는 소비자들을 중점적으로 분석하였다.

설문조사는 2015년 4월 12일부터 5월 4일까지 실시하였다. 면접 참여자는 총 40명으로 그 중 인디패션디자이너는 20% 인디패션잡지 관련 종사자들 30% 인디패션향유자 50%로 구성되었으며, 선정된 면접 참여자의 인구 통계적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 면접 참여자의 인구통계학적 특성

연번	이름*	연령	성별	직업
1	강민수	31세	남	인디패션잡지대표
2	김건우	28세	남	인디패션잡지에디터
3	김경은	30세	여	인디패션잡지에디터
4	김윤희	31세	여	인디패션잡지에디터
5	김진이	42세	여	인디패션잡지대표
6	김혜정	31세	여	인디패션디자이너
7	박나은	33세	여	인디패션디자이너
8	박지은	36세	여	인디패션잡지대표
9	안효은	25세	여	인디패션잡지에디터
10	이소연	28세	여	인디패션디자이너
11	이은이	31세	여	인디패션잡지대표
12	이정아	31세	남	인디패션디자이너
13	이정훈	30세	남	인디패션디자이너
14	이현수	30세	남	인디패션잡지대표
15	전경희	32세	여	인디패션디자이너
16	정다운	31세	여	인디패션잡지에디터
17	정준형	29세	남	인디패션디자이너
18	최수진	32세	여	인디패션디자이너
19	최지은	34세	여	인디패션잡지대표
20	황지수	31세	남	인디패션잡지에디터
21	권나영	31세	여	회사원
22	김가은	23세	여	학생
23	김경민	23세	남	학생
24	김태우	25세	남	학생
25	김현아	29세	여	가구디자이너
26	김현정	24세	여	학생
27	김희연	31세	여	제품디자이너
28	배정현	27세	남	학생
29	신동현	24세	남	학생
30	오정희	33세	여	건축가
31	오지나	29세	여	인테리어디자이너
32	이정수	31세	남	회사원
33	장준용	32세	남	그래픽디자이너
34	정윤아	23세	여	학생

35	정재운	24세	여	회사원
36	조찬수	25세	남	제품디자이너
37	조현정	30세	여	회사원
38	조혜진	28세	여	학생
39	최한나	25세	여	학생
40	한종현	26세	남	회사원

* 모든 응답자들의 이름은 가명이다

심층면접내용은 문헌연구 결과 도출한 내용을 바탕으로 인디패션의 정의 및 이미지, 인디패션의 스타일 표현, 인디패션 소비행동, 현대 패션시스템에서의 인디패션의 위치, 인디패션 실제 제작경험을 파악하기 위한 질문으로 크게 5부분으로 구성하였으며, 스타일 표현에 관한 질문은 함효경(2007)²³⁾의 논문을 참고하였고 소비행동에 관한 질문은 Ooe, M.(2009)²⁴⁾의 연구, 준거집단에 관한 질문은 김도연(2001)²⁵⁾의 연구를 참고하였다. 구체적인 질문은 다음 <표 2>와 같다.

장소는 대상자의 직장이나 근처 커피숍에서 이루어졌다. 1대 1면접을 기본으로 진행되었으며 면접시간은 최소 40분에서 최대 1시간 30분이었다. 연구자는 면접 전에 선행연구를 바탕으로 연구문제와 일관된 설문지를 준비하였고, 인터뷰의 진행상황과 대화의 흐름에 따라 질문의 내용과 심도 등을 유연하게 조절하였다. 모든 면접

23) 함효경, “안티패션 소비자의 패션취향과 구별짓기” (박사학위논문 경희대학교, 2007).

24) Ooe, M. “Fashion & Consumer Behavior - Change of Fashion - Reading of Today's Trend of Economy, Society and Fashion: From 1960 to the Present and Future”, *JAP RES ASSOC TEXTILE END-USES* 50 no. 10 (2009).

25) 김도연, “패션 트렌드 정보의 소비자 수용: 1996년에서 2001년을 중심으로” (석사학위논문 건국대학교 디자인대학원, 2001).

내용은 면접참여자의 동의하에 녹음하여 녹취록을 작성하였으며
면접시 면접참여자의 착장사진을 자료로 사용하였다.

자료의 분석은 연구자가 면접내용을 직접 필사한 후, 진술된 자료를 ‘인디패션의 정의 및 이미지’, ‘인디패션의 스타일 표현’, ‘인디패션 소비행동’, ‘현대 패션시스템에서 인디패션의 위치’, ‘제작경험’으로 분류하여 범주화하였다.

<표 2> 면접 내용

연구문제	세부질문	참고문헌
개인적 특성	-나이 -직업 -성별	연구자
인디패션 정의 및 이미지	-본인이 생각하는 인디패션은 무엇입니까? -본인이 생각하는 기존의 패션과는 다른 인디패션만의 특성은 무엇입니까? -본인이 생각하는 인디패션의 이미지는 무엇입니까?	
스타일 표현	-본인은 어떤 패션스타일을 추구합니까? -본인의 패션스타일에서 중요한 점은 무엇입니까?	함효경 (2007)
소비 행동	-주로 구매하는 브랜드나 장소는 어디입니까? -패션관련 아이템을 구매하는데 월 평균 얼마를 지출합니까?	Ooe, M. (2009)
준거집단	-인디패션은 유행의 흐름에서 어디에 위치해 있다고 생각합니까? -본인이 생각하는 인디패션에서 패션리더는 누구라고 생각하고 이유는 무엇입니까? -패션의 정보는 어디에서 얻는 편입니까?	김도연 (2001)
제작경험	-본인의 브랜드 디자인 및 구상에서 중요한 점은 무엇입니까? -제작과정과 유통은 어떻게 이루어집니까? -본인의 브랜드를 운영하는데 있어 문제점 및 한계점은 무엇입니까?	연구자

제 2 장 이론적 고찰

본 장에서는 인디에 대한 이론적 고찰을 하고자 한다. 인디의 정의를 파악하고, 사적으로 인디의 기원, 형성 배경을 살펴볼 것이다.

제 1 절 인디의 정의 및 기원

1. 인디의 정의

‘인디(indie)’는 ‘독립적인’ ‘자율적인’ ‘자치적인’을 뜻하는 ‘independent’의 줄임말이다. 여기서의 독립과 자립은 거대 자본의 지배와 영향력으로부터 벗어나 새로운 형태의 문화 생산을 도모하고, 기존의 유통구조와는 다른 독자적인 배급망으로 대중과의 접촉을 시도하는 일련의 문화적 활동과 실천 및 그 산물을 의미한다.²⁶⁾ ‘인디’라는 수식어는 적어도 거대 자본의 논리에 종속되지 않겠다는 의식적 노력이 구체적으로 수반되는 경우에 적용된다.²⁷⁾ 즉 인디는 문화의 획일성, 문화에 대한 비진정성, 창작과 수용의 단절적 커뮤니케이션, 이로부터 기인하는 창조성의 제약 등 기존의 메이저를 중심으로 한 문화 산업구조로부터의 반작용이다.²⁸⁾

안혜영(2011)은 인디는 독립이라는 뜻으로 자본과 표현방식에서

26) 김민규, “한국 인디문화(indie culture)에 대한 사회학적 연구”, (박사학위논문 고려대학교, 2002), 17.

27) 인디에는 뭔가 특별한 것이 있다?! : ‘인디적인 것의 문화적 접변에 대한 단상’, 강계숙, (문학과지성사, 2006) 308.

28) 장호연 등, 오프 더 레코드, 인디 록 파일, (서울: 문학과지성사, 1999) 218.

어떠한 간섭없이 독립을 지향한다는 의미라고 하였다. 이는 음악에만 한정되어있는 것이 아니라 디자인, 미술, 출판 등 이러한 태도와 방식을 고집하는 모든 집단 역시 인디라는 명칭으로 불리는 것이 가능하다고 하였다.²⁹⁾

강계숙(2006)은 인디에 대해 문화 내부에서 스스로를 ‘바깥’으로 만들거나 혹은 내부를 ‘바깥’으로 만드는 방식을 취하려 한다고 하였다. 상품 가치를 의도적으로 거부한다거나, 문화적 엘리트주의를 배격하는데 앞장서기도 하고, 대립 향으로 놓인 사물들의 표상을 섞으면서 관습화된 이분법 등을 해체하고, 유연성, 의외성, 게릴라성, 비타협성, 성차의 무시 등을 취하는 것 등 제도 내부의 ‘바깥’으로 기능하는 것이 인디의 양식³⁰⁾이라고 하였다. 한편, 김민규(2001)는 인디는 기존의 질서에 대한 대안적 가능성으로서, 특히 대중소비사회의 경직된 질서에 대한 대안적인 문화적 실천의 가능성³¹⁾이라고 하였다.

문헌과 선행연구에서 인디에 개념에 대해 기존의 지배적인 문화, 즉 주류문화의 흐름이 아닌 새로운 문화로서 접근하고 있다. 이 문화적 현상의 공통점으로는 첫째, 제작과 유통을 거대 자본으로부터 독립시킨 것이다. 둘째, 이러한 독립의 바탕에는 자기정체성이 크게 자리 잡고 있다. 셋째, 이러한 독립으로 자유롭고 실험적인 표현방식이 보이며 이는 기존의 질서에 대한 대안적 가능성으로 경직된 사회에서 대안적인 문화적 실천의 가능성으로 존재한다는 것이다.

29) 안혜영, “2000년 이후 인디 레이블의 영향력 및 활성화에 관한 연구: 한국 가요의 다양성에 관한 논의를 중점적으로”, (석사학위논문 상명대학교 일반대학원, 2011), 4.

30) 강계숙(2006), op. cit. 291.

31) 김민규(2001), op. cit. 3.

따라서 본 연구에서는 인디의 조작적 정의를 다음과 같이 정의하였다. 인디(indie)란 ‘네 스스로 해라(Do It Yourself)’에서 출발한 거대 자본으로부터의 독립과 저항이며, 인디의 바탕에는 자기 정체성이 내포되어 있다. 인디는 획일화된 문화 생산 양식의 시스템을 벗어나 고유의 문화적 특징과 자기만의 독창성을 추구하려는 정신과 태도라고 할 수 있다.

다음은 인디 문화와 혼재되어 불리는 용어들에 대한 의미의 개념적 차이를 살펴보고자 한다. 한 사회 안에서 일반적으로 통용되는 가치관과 행동양식을 문화(Culture)라 하며, 그 안에는 오버그라운드 문화(Overground culture)와 언더그라운드 문화(Underground culture)로 나뉘진다. 언더그라운드 문화 내부에는 각각 독자적 특징과 정체성을 보여주는 소집단 문화인 여러 하위문화가 존재한다.

인디 문화는 기존의 지배 문화, 즉 주류 문화의 흐름에서 벗어난 문화로서 언더그라운드 문화에 속한다. 선행연구들에 의하면 인디 문화와 비슷한 용어로 사용되는 하위문화로는 얼터너티브 문화(alternative culture)와 반문화(counter culture)가 있다.³²⁾³³⁾ 이 하위문화들은 각각 고유의 의미를 갖고 있으면서 상호간에 유사한 의미로 통용되기도 하고 분리되기도 한다. 이러한 하위문화들과 인디문화와의 유사점과 차이점에 대해 살펴보면 다음과 같다.

32) 김민규(2001). op. cit. 10.

33) 문진형(2014). op. cit. 14.

1) 언더그라운드 문화(Underground culture)

한 사회 안에서 일반적으로 통용되는 가치관과 행동양식을 전체 문화(total culture)라 하며, 그 안에는 오버그라운드 문화(overground culture)와 언더그라운드 문화(underground culture)가 존재한다.

언더그라운드라는 용어 자체는 1950년대 이후 미국을 중심으로 형성되었다. 언더그라운드 문화는 일반적으로 하위문화적인 것으로 지칭되는 전체를 일컫는 폭넓은 개념으로 사용된다.³⁴⁾ 언더그라운드 문화는 특정 권력을 중심으로 한 형태의 문화가 아니라 다양한 취향과 실험정신으로 사회구성원들의 다양한 개별적 주체를 형성하는데 기여하는 문화이다.³⁵⁾

즉 정치 · 경제 · 계급적 권력에 맞선 문화적 현상들을 아우르는 것으로, 하위라 지칭되는 모든 것들을 일컫는 폭넓은 개념이다.

언더그라운드는 용어 그대로 오버그라운드와는 상반되는 의미를 갖고 있다. 오버그라운드는 특정 권력을 중심으로 얼마나 강한 포획력을 가질 수 있는가에 초점을 맞춘다면,³⁶⁾ 언더그라운드 문화는 공유된 취향을 그 핵심으로 한다. 이는 특정한 권력을 중심으로 한 형태가 아니라 다양한 취향들의 공존의 형상으로 개인의 주체성을 갖는다. 따라서 사회구성원들이 다양성을 가진 개별적 · 문화적 주체로 형성하는데 기여한다. 즉 언더그라운드 문화는 특정 권력을 중심으로 한 문화가 아니라 다양한 사회구성원들의 개별성을 형성하는데 기여하는 문화이다.³⁷⁾

34) Thornton Sarah, Strategies for reconstruction the popular past, (Popular Music, v): 87-95.

35) 심현정, “1980년대 한국 언더그라운드 록음악에 관한 연구: 그룹 ‘들국화’를 중심으로”, (석사학위논문 단국대학교 대중문화예술대학원, 2008): 37.

36) 김민규(2001). op. cit. 11.

2) 하위문화(Sub culture)

하위문화는 문화 안에서 각각 독자적 특징과 정체성을 보여주는 소집단의 문화를 의미한다. 하위문화라는 개념은 원래 1950년대 후반 미국 사회학계에서 비행(非行) 청소년 연구의 일환으로 처음 시작되었다. ‘하위(sub-)’라는 접두사에서 이미 암시되듯이, 하위문화의 주체는 계급 · 인종 · 세대 등의 측면에서 사회적으로 소외된 계층이나 소집단이며, 사회 구조 안에서 ‘낮은’ 또는 ‘종속적인’ 위치에 처해있는 경우를 지칭하는 것이 일반적이다.

하위문화는 각기 다른 속성에 의해 구별되어지는 다양한 소집단들의 독특한 정체성을 반영하는 문화라고 볼 수 있다.³⁸⁾ 이동연(1997)은 이러한 하위문화가 사회를 지배적으로 구성하는 중심문화로부터 주변화라는 공통된 맥락을 지니고 있고, 하위문화를 구성하는 주체들을 지배문화를 구성하는 주체들과 대비시켜 위치 지움으로써 하위문화의 범주화가 가능하다고 하였으며, 하위문화의 주체의 규정이나 범주화는 절대적인 것은 아니며, 역사적인 과정이나 관점의 차이에 따라 각기 다른 방식으로 존재할 수 있다고 하였다.³⁹⁾

이러한 발생 배경때문에 하위문화는 대체로 주류문화 · 고급문화에 대비되는 비주류문화 · 저급문화의 속성을 지닌 것으로 보이기도 하지만 다른 한편으로는 기존 질서의 정당성과 주류문화의 가치를 의심하는 새롭고 이질적인 문화라는 긍정적인 의미도 갖고 있다. 하위문화의 가장 주요한 기능은 그 문화의 구성원들에게 집

37) Thornton(1990), op. cit. 117.

38) 김민규(2001). op. cit. 19.

39) 이동연, 문화연구의 새로운 토픽들, (문화과학사, 1997)

단적 결속감과 고유한 정체성을 제공해주는 것이다.

본 연구에서는 하위문화가 '낮은' 또는 '종속적인' 위치에 있는 문화가 아니라 자기들만의 새로운 아이덴티티를 추구하며, 언어 · 복장 · 외모 · 음악 · 행동방식 등에서 독자적인 스타일을 만들어냄으로서 자신들의 소속감과 연대감을 갖는 문화로 보았다. 따라서 하위문화는 언더그라운드 문화 내에서 위치한 소집단을 뜻하는 것이 아니라 각각 독자적 특징과 정체성을 보여주는 소집단을 뜻하며, 오버그라운드 문화 내에서도 다양한 하위문화들이 존재한다.

3) 얼터너티브 문화(Alternative culture)

얼터너티브(alternative) 문화의 사전적 의미는 '대안', '대체 가능한'을 뜻한다. 얼터너티브는 처음 얼터너티브 록에서 시작되었다. 1960년대 후반과 1970년대를 거치며 기존의 록이 바로 상업화되자 그러한 상업화 흐름에 대한 반성을 요구하며 등장한 대안적 록 음악이 얼터너티브 록이다. 얼터너티브 록의 핵심은 상업적인 음악 산업을 거부하고, 음악을 경제적인 이윤을 위한 판매 상품으로 보는 관점에서 벗어나 예술 혹은 표현으로서의 록 음악을 강조한다는 점이다.⁴⁰⁾ 즉 얼터너티브는 기존의 대중문화산업의 상품화와 상품화로 인한 문화적 행위의 진정한 의미의 상실에 대한 하나의 대안으로서 등장한 문화에 대한 태도를 일컫는다.

얼터너티브 록이 기존의 주류적인 음악 진영에 대한 반성으로부터 출현한 것이라고 한다면, 얼터너티브 문화는 기존의 주류 문화 흐름에 대한 반성으로부터 출현한 문화적 행위와 흐름을 말한다.

40) 이정엽(1999), op. cit. 17.

얼터너티브는 음악 분야만이 아니라 사회 모든 영역에 적용될 수 있는 용어이다.⁴¹⁾ 그렇기 때문에 특정 장르 내에서도 얼터너티브는 계속 새롭게 등장할 수 있는 것이고, 사회 전반에서 하나의 라이프스타일로 자리 잡기도 한다.

얼터너티브 문화는 특정 시기에 있어서 언제나 ‘새로운 문화’를 형성하는 특징을 갖고 있다. 즉 물 시간적, 물 공간적 문화가 아니라 특정한 시간적 · 공간적 맥락 내에서 기존의 지배문화에 대한 반성으로 출현하는 문화라고 할 수 있다.⁴²⁾

4) 반문화(Counter culture)

한 사회에서 그 사회의 주류 문화에 저항하거나 반하는 문화를 하위문화 중에서 따로 규정하여 반문화 혹은 대항문화라고 한다.⁴³⁾ 반문화의 기원은 흔히 1950년대 비트족(the Beats 또는 the Beatniks)을 설명하는데서 출발했다. 비트족은 1920년대 대공황시대에 태어나 제 2차 세계대전을 직접 체험한 세대로 전후 1950년대와 1960년대에 삶에 안주하지 못하고 사회로부터 매정한 대접(beating)을 받았던 집단으로, 특히 동시대의 사회와 문화구조에 저항한 문학과 예술가의 그룹을 일컫는다.⁴⁴⁾ 비트족은 기존의 사회 규범과 자본주의에 대해 대항하며 기성세대의 가치관을 거부하고

41) 김성수, 얼터너티브, 장르의 모호함과 비트제너레이션, 한국산학기술학회논문지 14 no.9, (2013): 10.

42) 김민규(2001), op. cit. 15.

43) 한 사회에는 하나의 문화만 있을까? - 하위문화와 반문화 (청소년을 위한 사회학 에세이, 해냄), 2011년 9월 26일,
<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1718542&cid=47336&categoryId=47336>
(2015년 3월 2일 검색).

44) 김민규(2001), op. cit. 16.

비판적 태도와 문화 상대주의적 사고를 통해 새로운 문화 표현 양식을 생산해 내었다.⁴⁵⁾

반문화는 기존의 지배적인 권력구조에 대한 반대를 특징으로 하는 문화이다.⁴⁶⁾ 이러한 반대는 한 사회내의 규범적 혹은 가치적 갈등을 의미한다.⁴⁷⁾ 일반적으로 지배문화에 대해 급진적으로 대립하는 것이다. 반문화의 강력한 대립은 대부분 행동주의(activism)를 동반한다.⁴⁸⁾ Yinger(1982)⁴⁹⁾는 반문화적 신념과 반문화적 태도의 조합을 통해 네 가지의 모델을 제시하고 있는데, 반문화적 신념과 태도를 모두 갖고 있는 경우는 반문화주의자(counter culturist), 반문화적 신념을 갖고 있으나 태도를 취하지 않는 경우는 잠재적 반문화주의자(potential of hidden counter culturist)로, 반대로 반문화적 신념은 갖고 있지 않으나 반문화적 태도를 취하는 경우는 비정상적 이탈자(aberrant deviationist)로, 반문화적 신념과 태도를 모두 갖지 않는 경우는 문화주의자(culturist)로 분류한다.

반문화에 있어서 지배적인 문화와의 대립되는 관계라는 측면은 앞서 언급한 언더그라운드 문화와 얼터너티브 문화와 유사한 또는 중첩된 의미를 갖고 있다. 이와 동시에 반문화는 언더그라운드 문화 중에서 오버그라운드 문화에 대해 가장 대립적이며, 행동주의를 표출하는 문화라는 특성을 갖는다.

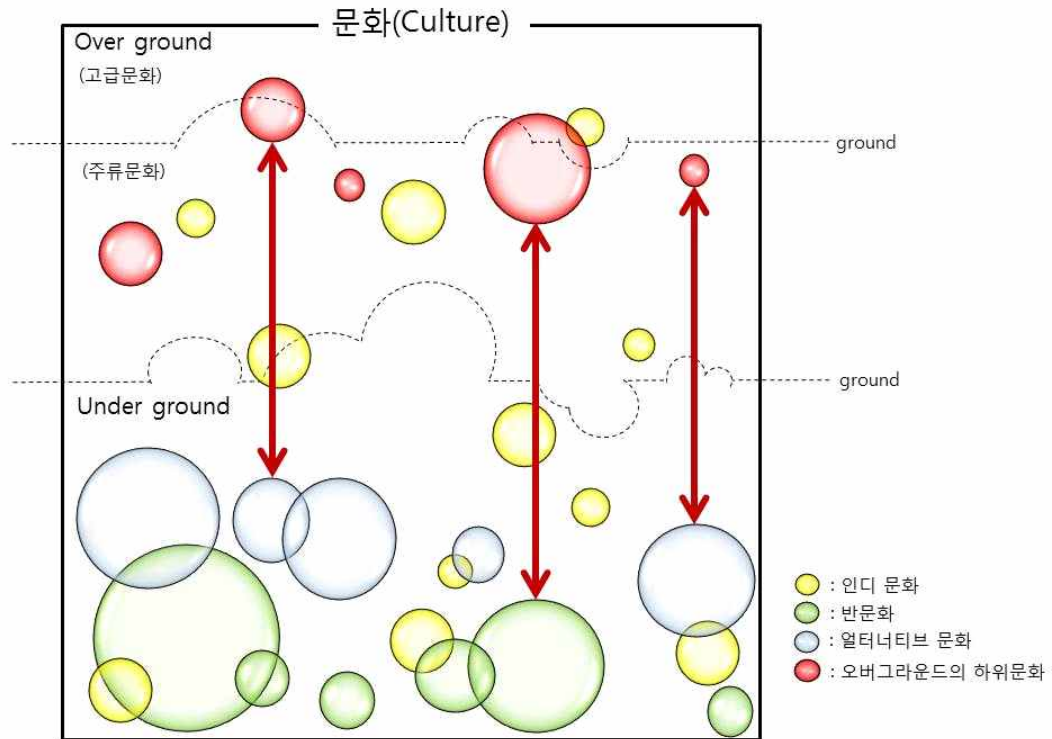
45) 위키피디아,
<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%B0%98%EB%AC%B8%ED%99%94>

46) Yinger, L. Milton, Countercultures : the promise and the peril of a word turned upside down, (The Free Press, 1982).

47) Ibid., 171.

48) 김민규(2001), op. cit. 16.

49) Yinger(1982), op. cit. 40.



<그림 1> 문화 내 인디 문화의 모델화

문화의 다양한 관계를 모델화 시켜보면 위에 <그림 1>과 같다. 전체 문화 안에 오버그라운드 문화와 언더그라운드 문화가 존재하며 오버그라운드 문화 안에는 고급문화와 주류문화가 존재한다. 오버그라운드 문화와 언더그라운드 문화 안에는 다양한 하위문화들이 존재하고 있다. 이러한 문화들은 고정된 형태가 아닌 외부 혹은 내부의 힘에 의해 변화하기도 하고 서로 어느 부분은 공유하기도 하고 혹은 서로 분리된 상태로 존재하는 등 유동적인 형태로 존재한다. 각 문화들을 나누고 있는 그라운드들은 유동적인 형태의 하위문화들에 의해 경계가 직선이 아닌 곡선을 띄고 있다.

반문화와 얼터너티브 문화는 모두 오버그라운드 내 하위문화에 대한 상대적 문화로서 존재하여 언더그라운드 문화 내에서만 위치한다. 반문화는 언더그라운드 문화 중 가장 오버그라운드 문화에 대항이 심한 문화로서 모델의 가장 아래 위치하고 있다. 인디 문화의 출발도 오버그라운드 문화에서 벗어난 것이지만 오버그라운드 문화에 대립적 문화로만 존재하는 것이 아니라 자기정체성 표현과 자신만의 독창성이 추구가 된다면 오버그라운드 내부에 속할 수도 있고, 언더그라운드 내부에 위치할 수도 있다.

언더그라운드 문화, 얼터너티브 문화, 반문화, 인디 문화 모두를 가로지르는 공통점은 기존의 지배적 사회 권력으로부터 벗어나 있음이다. 주류(mainstream)로 표현되는 지배적 권력과 그러한 지배적 권력으로부터 발생하는 것에 대해 저항감을 갖고 있다는 것이다. 또한 인디 문화는 얼터너티브 문화와 같이 이념과 활동 방식이 기존의 사회적, 경제적 그리고 문화적 관행으로부터 새로운 가치를 획득할 수 있는 대안적 의미와 방식으로 존재한다.

각 문화의 구체적 차이점은 첫째, 얼터너티브 문화는 기존의 주류 문화 흐름에 대한 반성으로부터 출현하여 대안으로서 존재하는 문화이다. 따라서 항상 위치가 오버그라운드가 아닌 언더그라운드에 속해 오버그라운드에 대한 대안으로서 존재한다. 둘째, 반문화 또한 기존의 지배 권력구조, 주류문화에 저항하거나 반하는 문화로 존재하여 오버그라운드에 속하지 않은 언더그라운드 안에서만 존재할 수 있다. 셋째, 인디 문화의 출발도 주류에서 벗어난 것이지만 목적이 대항이 아니라 자기정체성 표현과 자신만의 독창성을 추구하기 위함이다. 인디 정신과 태도가 유지가 된다면 오버그라운드 내에 위치할 수도 언더그라운드에 내에 위치할 수도 혹은 둘 사이의 경계에 위치할 수 있다. 또한 인디 문화는 얼터너티브 문화

와 같이 새로운 가치를 획득할 수 있는 대안적 의미와 방식을 갖고 있지만 얼터너티브 문화와 같이 특정 시기의 대안으로서 나타나는 것이 아니라 시간적 공간적인 제한 없이 자유와 주체성, 진정성 그리고 솔직함으로서 나타난다.

즉, 인디 문화는 언더그라운드 특성에서 출발하였지만, 오버그라운드 문화와 완전히 단절된 것이 아니라 언더그라운드와 오버그라운드의 경계선을 넘나들며, 새로운 방식을 통해 기존 구조의 혁신으로 보인다. 이와 같이 인디 문화는 언더그라운드 문화의 근본적인 성격을 갖고 있으며, 얼터너티브 문화와 같이 새로운 가치를 획득할 수 있는 대안적 의미와 방식의 잠재력을 갖고 있으나 특정 시기의 시간적 · 공간적 대안이 아닌 몰 시간적 · 몰 공간적이며 대안으로 존재한다. 또한 인디 문화는 기존 문화적 구조에 대해 일정 정도의 가시적인 차별성을 드러내고 있는 반문화의 잠재성을 갖고 있지만, 반문화와 같은 대립적 행동주의의 표출은 아니다.

<표 3> 하위문화 간에 유사점과 차이점

문화별	유사점	차이점
얼터너티브 문화	기존의 주류적인 문화적 흐름에 대한 반작용	몰 시간적 · 몰 공간적 문화가 아니라 특정한 시간적 · 공간적 맥락 내에서 기존의 지배문화에 대한 반성
반문화		언더그라운드 문화 중에서 가장 지배문화에 대해 급진적으로 대립
인디 문화		오버그라운드 문화, 언더그라운드 문화의 경계가 없음

2. 인디의 기원

2-1. 인디의 기원

인디(indie)는 인디펜던트 레이블(Independent label)의 줄인 말로 음악에서 시작되었다.⁵⁰⁾ 인디레이블은 스스로 음반을 만들거나 뮤지션이 앨범을 만드는데 있어 간섭하지 않는 제작자를 의미하면서 독립적인 자본으로 형성된 음반제작을 포함한 음악활동 시스템 전반을 의미한다. 이렇듯 인디라는 용어의 기원 자체는 산업적 차원에서 붙여졌다.⁵¹⁾

국외 · 국내에서 인디 문화 중 ‘인디’라는 명칭으로 문화 현상을 이루었던 대표적인 장르로는 음악과 영화를 들 수 있다. 따라서 인디음악과 인디영화를 중심으로 살펴본 인디의 기원은 다음과 같다.

1) 인디음악

인디레이블은 1930년대 미국과 영국에서 처음 시작되었다.⁵²⁾ 미국의 인디레이블의 시작은 알프레드 라이언(Alfred Lion)과 프랜시스 울프(Francis Wolf)가 1939년에 설립한 재즈 전문 레이블 블루 노트(Blue Note)이다.⁵³⁾ 인디레이블이라고 하면 배급망이 작아 매니아층 외에 대중들에게 관심받기 쉽지 않지만, 미국의 인디레이블을 보면 미국 전역뿐 만 아니라 전 세계적으로도 유명한 뮤지션들이 속해 있다. 예를 들어, 선(Sun)레이블은 엘비스 프레슬리(Elvis

50) 김민규(2001), op. cit. 84.

51) Ibid., 85-86

52) 문진형(2014). op. cit. 8.

53) Ibid., 9.

Aron Presley) 외에 자니 캐시(Johnny Cash), 로이 오비슨(Roy Kelton Orbison)이 속해 있고, 모타운(Motown)레이블은 마빈 게이(Marvin Pentz Gay Jr.)와 스티비 원더(Stevland Hardaway Morris), 슈프림스(Supremes), 그리고 잭슨 파이프(The Jackson 5)등이 소속되어 미국전역을 주름잡는 거대한 레이블로 성장했다.⁵⁴⁾ 이러한 거대 레이블이 인디레이블이라 할 수 있는 이유는 ‘독립성’을 추구하는 정신과 운영방식인 태도에 있다.

1980년대에는 인디레이블에서의 인디가 인디음악으로 불리기 시작했다. 1970년대와 1980년대 초에 있었던 DIY정신에 큰 영향을 받은 얼터너티브 록을 계승한 밴드들을 일반적으로 인디 록이라고 지칭하였다.⁵⁵⁾

1990년대 인디 록을 더욱 촉발시킨 대표적인 레이블은 서브 팝(Sub Pop)이다. 서브 팝은 너바나(Nirvana)가 밴드의 첫 앨범 ‘About A Girl’을 발표한 레이블이다. 서브 팝은 인디레이블 특유의 한정된 배급망을 독자적인 배포방식으로 운영했다. 예를 들어, 회원만 들을 수 있는 회원 전용 싱글을 제작해 통신판매로 배급했던 특별한 싱글 시리즈들을 들 수 있다.⁵⁶⁾

2000년대 미국의 중요 인디레이블은 뮤지션 화이트 스트라입스(The White Stripes)의 잭 화이트(Jack White)가 직접 설립한 서드 맨(Third Man)이다. 이 레이블은 발매 포맷이 CD와 디지털 음원이 아닌 LP로 아날로그적인 독특한 방식은 큰 주목을 받았다.⁵⁷⁾

영국의 인디레이블의 시작은 1931년에 설립된 EMI(Electric and

54) Ibid., 8.

55) 안혜영(2011). op. cit. 10-11.

56) 문진형(2014). op. cit. 10.

57) Ibid., 11.

Musical Industries Ltd.)와 데카(Decca)⁵⁸⁾로 1970년대 후반과 1980년대 들어서 영국의 핵심 인디레이블이 등장했다. 이 시기의 가장 중요한 레이블을 보면 뮤트(Mute), 4AD, 그리고 팩토리(Factory)를 들 수 있다. 1978년에 설립된 팩토리 레이블은 핵심적인 영국 인디레이블로 영국 맨체스터에서 시작하여 1990년대에 기반을 확실히 잡은 레이블이다. 1979년에 설립된 레이블 4AD는 많은 팬 보다는 소수의 팬에게 사랑받았던 어둡고 무거운 고스 계열(Goth)의 뮤지션들이 소속되어 있다.⁵⁹⁾ 4AD는 현재까지도 세계적으로 독자적인 음악세계를 확보하고 있다.

영국에서는 1989년 초 인디음악 차트가 생겨났는데,⁶⁰⁾ 이 차트는 기타와 베이스를 주축으로 결성된 새로운 인디 록 밴드 등을 다루고 있다. 특정 밴드로는 아즈텍 카메라(Aztec Camera), 오렌지 주스(Orange Juice)와 같은 인디 뮤지션들이 포함되어 있었다.⁶¹⁾

1983년에 알란 맥기(Alan McGee)가 설립한 인디레이블 크리에이션(Creation)은 영국의 1990년대를 대표하는 록 밴드 오아시스(Oasis)를 배출한 레이블이며⁶²⁾ 1990년대에 등장한 인디레이블은 도미노(Domino)⁶³⁾로 1993년에 설립해 하드코어 펑크 밴드 세바도(Sebadoh)의 음반을 발매하면서 시작했다. 2005년에는 프란츠 페르디나드(Franz Ferdinand)가 앨범 ‘You Could Have It So Much Better로’ 인디레이블 최초로 영국 앨범차트 1위로 올랐고, 아틱 멧

58) Ibid., 12.

59) Ibid., 13.

60) Ibid., 14.

61) Ibid., 14-15.

62) Ibid., 15.

63) 한경석, 인디뮤직을 말하다, 현대카드_슈퍼시리즈,
<http://www.superseries.kr/4205> (2015년 3월 2일 검색)

키스(Arctic Monkeys)가 ‘I Beet You Look Good on the Dance Floor’로 영국 싱글 차트 1위를 기록했다.⁶⁴⁾ 영국의 대표적 밴드인 라디오헤드(Radiohead)는 기업의 지원을 받지 않는 독립적인 운영 방식과 자신들만의 독창성을 갖는 태도를 유지하고 있다.

2000년대 이후 일부 인디밴드들에게 지원된 문화예술위원회 기금으로 음악 배급의 상업적 기회와 홍보의 기회가 증가하면서, 많은 인디밴드들이 생겨났다. 이러한 지원이 영국이 독창적이고 실험적인 음악제작의 전통을 계속 유지하게 하며, 메이저 음반 기업에게 포섭당하지 않고도 주류 시장에서 성공할 수 있게 하고 있다.⁶⁵⁾

2) 인디영화

인디영화(Independent film)는 미국에서 가장 먼저 사용되었다. 미국의 인디영화는 메이저 영화제작 시스템의 자본과 권력으로부터 독립하여 연출자가 절대 재량권을 가진 제작방식으로 제작되며, 그 결과 상업성에 덜 구애받으면서 새로운 소재와 영상 미학을 추구하는 영화를 의미하게 된다.⁶⁶⁾

미국 영화산업에서 인디영화의 범주를 어디까지 할 것인가라는 문제는 쉽지 않다. 제작자가 영화 제작비를 책임지는 것을 인디영화라 볼 수 있고, 제작자가 프로젝트를 진행하는 데 있어 창작의 주도권을 가질 때 인디영화라 부르기도 한다. 협의로는 워너 브라더스(Warner Brothers Pictures), 파라마운트(Paramount Pictures),

64) 한경석(2012), Op. cit, <http://www.superseries.kr/4112>

65) 안혜영(2011). op. cit. 14-15.

66) 김종갑, “90년대 이후 한국독립영화 연구 : 비디오 액티비즘과 미디어 액티비즘을 중심으로” (석사학위논문 동의대학교 영상정보대학원 2008): 4-5.

MGM, 20세기 폭스(20th Century Fox), 유니버설(Universal Studio), 디즈니(Walt Disney) 등의 메이저 스튜디오의 자본과 배급을 지원받은 영화는 어떤 경우에도 인디영화라 칭할 수 없다고 하기도 한다.⁶⁷⁾

굿텔(Goodell, 1989)은 미국영화 산업에서 인디영화 제작을 제작과 배급의 자본이 어디에 있던지 제작 단계에서 할리우드 메이저 스튜디오에 종속되지 않고 독립적으로 제작되는 영화라고 정의하였다.⁶⁸⁾ 인디영화는 스튜디오의 자본을 받을 수도 있고, 스튜디오의 배급망을 빌려 배급되기도 하지만, 근본적으로 제작자의 개인적 판단과 능력에 의해 제작이 진행되며, 시나리오 개발과 감독, 주연 배우 선정을 포함한 모든 것을 독립적으로 수행하고, 제작 진행과 개봉 이후 흥행에 대한 성공과 실패의 책임도 제작자가 지는 것이다.⁶⁹⁾

제작 형태뿐만 아니라 영화의 성격까지도 결정되는 것으로 할리우드 장르의 영화나 고전적 내러티브 시스템의 영화들과는 차별되는 아방가르드, 언더그라운드, 실험영화, 다큐멘터리, 페미니즘영화 등을 포괄적으로 인디영화의 범위로써 다룬다.

1909년 1월 11일 뉴욕에서 ‘인디영화 보호협회(The Independent Film)’가 구성되었다.⁷⁰⁾ 그해 9월 인디영화 제작자들은 인디영화보

67) 송낙원, “포스트 할리우드 시대의 미국영화 산업에 대한 연구”, (박사학위논문 한양대학교, 2007): 93.

68) Gregory Goodell, *Independent Feature Film Production: A Complete Guide from Concept through Distribution* (New York: St. Martin's Griffin, 1998): 17.

69) Ibid., 17-18

70) 홍종규, “미국 초기영화산업의 형성과 발전에 대한 연구”, (박사학위논문 강원대학교, 2013): 82.

호협회를 재조직하고자 시카고에서 모임을 갖은 뒤 미국의 필름 제작사와 필름 대여업자 그리고 고객, 상영업자, 영화 후원사, 대중들의 이익을 신장하고 보호하는 것을 목적으로 시카고에 본부를 둔 ‘전국 인디영화 동맹(National Independent Moving Picture Alliance)’을 조직하였다.⁷¹⁾ 이러한 보호제도는 독립업자들의 영화운동에 대한 정체성과 표현의 자유를 잃지 않기 위해 필요하다.

인디영화라는 명칭은 1950년대부터 본격적으로 사용되기 시작하면서 1950년대 후반에서 1960년대 초반 뉴 아메리칸 시네마 그룹(New American Cinema Group)이라는 독립영화그룹이 결성되었다.⁷²⁾ ‘안티 할리우드’의 성격을 뚜렷하게 드러냈던 이 그룹은 존 카사베츠(John Cassavetes), 요나스 메카스(Jonas Mekas), 셜리 클락(Shirley Clarke), 앨프레드 레슬리(Alfred Leslie)등이 활동하였다. 이들은 프랑스의 누벨바그(Nouvelle Vague), 영국의 프리 시네마(Free cinema)와 같은 인디영화집단들과 교류를 가지고 영화, 잡지 등에 기고하면서 자신들의 목소리를 키워 나갔다.⁷³⁾

1980년대 중반부터 미국에서 인디영화가 증가했다.⁷⁴⁾ 이는 홈비디오 시장과 케이블 TV 가입자가 폭발적으로 늘어가면서, 홈비디오 판권과 케이블 TV 판권만 선매를 하더라도 제작비를 충분히 확보할 수 있기 때문이었고 또 영화제작에 투자해서 본 손실에 대해 세금 감면 혜택을 주던 당시 1980년대 미국의 조세 정책 덕분이었다.⁷⁵⁾

71) *Convention of the Independent Alliance*, (The Nickelodeon, 1909): 105-106.

72) 김지하, “한국 실험영화의 문화적 형성 과정 연구”, (박사학위논문 홍익대학교, 2012): 38-39.

73) Yannis Tzioumakis, *American Independent Cinema*, (New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press, 2006): 21.

74) 송낙원(2007), op. cit. 94.

또한 1989년 미국인디영화제의 최고의 축제라 할 수 있는 ‘선댄스 영화제(Sundance Film Festival)’가 만들어졌다.⁷⁶⁾ 이후 ‘선댄스 영화제’를 기점으로 미국의 인디영화는 여성, 유색인종, 성 소수자 등 사회약자들이 영화를 통해 자신의 목소리를 낼 수 있도록 돕고, 제 3세계 영화인들에 관심을 갖고 낮은 장르와 아이디어를 인큐베이팅 하는 수단으로서 보다 다양한 실험적 영화를 추구하며 활발하게 나아가고 있다.

인디영화가 활발하게 제작되고 있는 일본의 경우 인디영화의 개념을 메이저와 차별되는 상업적인 루트를 통하여 제작되고 소비되는 영화로 정의한다.⁷⁷⁾ 일본에서 인디영화는 1929년 ‘일본 프롤레타리아 영화동맹(NAP)’이 결성되어 젊은 영화인 그룹을 중심으로 하여 좌익적인 색채의 영화를 제작하고 상영하면서 시작되었다. NAP는 제약을 전혀 받지 않고 독자적인 조직으로 활동했으며 일본 영화사상 처음으로 노동자 혹은 농민의 대변자적 무기로서 영화를 독립 제작하여 상영하였다.⁷⁸⁾ 이는 세계적으로 거의 유래가 없는 일로 이를 인디영화의 효시라고 보는 견해도 있다.⁷⁹⁾

2-2. 한국 인디의 역사

한국에서는 1990년대 중반이후 본격적으로 ‘인디’가 나타나기 시작했다.⁸⁰⁾ 한국사회 인디의 출현과 관련된 발생적 맥락은 크게 사

75) Ibid., 95-96.

76) 김지하(2012), op. cit. 40.

77) 이은경, “일본 독립영화의 배급시스템 연구 : 미니씨어터 다관계 공개형태를 중심으로”, (석사학위논문 동국대학교, 1999): 9-10.

78) 김형석, 일본영화 길라잡이, (서울:문지사, 1999): 68.

79) 이은경(1999), op. cit. 10.

회 환경적 맥락과 문화적 맥락 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 사회 환경적으로는 첫째, 군사독재에서 벗어나 1990년대 민주주의로 이행하는 과정에서 시민 권력이 성장되고 다변화되면서⁸¹⁾ 집단성에서 개별성으로 사회의 중심이 옮겨간 것으로 집단화된 큰 정치적 흐름보다는 개인의 일상속에서의 정치화에 대한 흐름이 강조된 것이다. 둘째, 포스트모던의 등장으로 평균적 질서의 다변화를 꾀하면서 중심과 주변, 주류와 비주류라는 위계적 이분법의 구조가 해체된 맥락에 있다. 셋째, 정보통신기술의 확산에 따른 개별자의 강조와 새로운 방식의 네트워킹이 형성된 맥락이 인디의 발생을 자극하였다.

문화적 맥락으로는 첫째, 1970-1980년대 민중문화운동을 통한 저항문화의 형성을 계기로 고유의 위치를 정립하게 된다.⁸²⁾ 둘째, 1990년대 등장한 신세대 문화에서 사회적 권위에 대한 자의식적인 표출로서 소비자본주의의 확대와 소비를 통한 개인 정체성의 형성의 계기가 확립된 맥락에 있다.⁸³⁾ 셋째, 문화예술의 진정성에 대한 기존 예술계의 회의와 반성으로 도제적인 문화교육 생산 시스템에 대한 저항과 예술 문화의 권력화에 대한 문제제기로 예술에 대한 본원성에 대한 갈구와 인디의 장르에 있어 실천의 흐름을 만들었다.⁸⁴⁾

80) 김민규(2001), op. cit. 37.

81) Ibid., 40-43.

82) Ibid., 45-46.

83) Ibid., 50-51.

84) Ibid., 60-62.

1) 인디음악

한국의 인디음악의 출발은 다음 세 가지로부터 시작되었다. 첫째, 1994년 펑크 클럽 드럭(Drug)의 탄생과 둘째, 1995년 계간지 ‘오늘 예감’에서 인디레이블에 관한 담론이 제시되었던 것 마지막으로 드럭의 1집 앨범 ‘Our Nation’이 한국 최초의 인디음악 앨범으로 나오게 된 것이다.

클럽 드럭 탄생의 배양지가 된 홍대지역은 1990년대 초반까지만 해도 홍익대학교 미술대학에서 파생된 문화와 낭만적인 정취가 어우러진 곳이었다. 1994년 무렵 오렌지족이 홍대로 근거지를 옮겼다는 기사들이 각종 매체를 장식했고, 홍대지역은 유행에 민감한 젊은 층이 몰려들기 시작했다.⁸⁵⁾ 이 시기의 홍대 앞의 수요와 공급은 상승 곡선을 긋고 있는 상태였고, 당시 1990년대 홍대 앞은 소비산업과 예술 문화가 어우러진 새로운 문화지형의 중요한 상징이었다.⁸⁶⁾

1994년, 홍대 앞에 최초의 라이브 클럽 ‘드럭(Drug)’이 문을 열었다. 초기 드럭의 공간은 뮤직비디오가 나오는 조그만 TV들을 소도구로 이용한 바이자 카페의 개념이었다. 당시 얼터너티브 록의 한 음악장르인 그린지(Grunge)의 전설이었던 너바나(Nirvana)가 유행하면서 한국에서도 카피 밴드 수준의 그린지 록과 펑크 밴드들이 생겨났고, 한쪽에 밴드들이 연주를 할 수 있는 작은 공간이 마련되었던 드럭은 한국의 얼터너티브 록의 근원지가 되었다.⁸⁷⁾

1996년 홍대 주차장거리와 명동에서 개최된 스트리트 펑크 쇼에

85) 장호연(1999), op. cit. 23.

86) Ibid., 24.

87) 박준흠 등, 한국의 인디레이블, (서울 : 선, 2009): 31-32.

드럭에서 활동하던 밴드들이 주축이 되어 공연하면서 많은 호응을 얻게 되었다.⁸⁸⁾ 당시에는 ‘공연장’의 개념이 매우 제한적이어서 어느 정도 전문적인 수준의 연주를 하는 밴드들은 무대에 설 기회가 있었지만 그 이하 수준의 밴드들은 대중 앞에서 공연을 한다는 것 자체가 어려웠기 때문에 스트리트 펑크 쇼<그림 2>는 인디밴드들이 대중에게 노출되는 중요한 계기가 되었다. 이후 드럭의 밴드들은 음반 ‘Our Nation(1996)’을 발매하게 되며 이것이 한국 최초의 인디 앨범이다.⁸⁹⁾



<그림 2> 스트리트 펑크 쇼

이 시기의 문화운동가들은 인디음악을 통해서 사회 변혁의 가능성을 찾으려고 했고, 드럭에 인기로 인해 생겨난 다양한 라이브 클럽들의 주인들 공동의 이해를 바탕으로 생산적인 일을 모색하기도 했다. 그 대표적인 예로는 1997년 결성된 ‘개방적 클럽 연대(개클런)’이다. 개클런은 이름 그대로 홍대 앞에 산재해 있던 라이브 클

88) 문진형(2014), op. cit. 17.

89) Ibid., 17-18.

럽들을 연계하여 보다 본격적인 인디음악 공간으로 승화시키기 위해 만들어진 조직이었다.⁹⁰⁾

이후 2000년에 ‘델리 스파이스(Deli Spice)’가 인디레이블인 ‘문라이즈’를 만들어 앨범을 발매한 기점으로 크고 작은 인디레이블들이 생겨났으며 이를 시작으로 개인의 음반 시설로도 제작이 가능한 홈레코딩이 보편화되었다. 이는 뮤지션 스스로가 자가 레이블을 만들어서 운영하는 것으로 개인이 레이블 없이도 인디음반을 발매할 수 있었고 그 출시는 점점 증가하였다.⁹¹⁾ 이와 같은 홈레코딩의 등장은 인디레이블과 창작자에게 있어 제한과 구속 없는 독립적인 자유와 창작을 보장하면서 다양한 음악적 표현을 가능하게 해주었다.

2003년 이후 홈레코딩과 인터넷의 발전으로 한국 인디음악은 질적은 물론 양적으로 크게 성장해왔다. 현재 국내에서 활동하고 있는 인디레이블은 100여 곳에 달하며 레이블 간에 분업이나 협업도 활발히 이루어지고 있다. 그 중 ‘도프 엔터테인먼트(Dope Entertainment)’, ‘루비살롱 레코드(Ruby Records)’, ‘마스터 플랜 프로덕션(Masterplan Production)’ 등은 외국 인디레이블과 교류하거나 활발하게 해외 진출도 하고 있다.⁹²⁾

인디음악의 장르는 펑크와 록음악을 중심으로 전개되었지만, 후에 다양한 장르로 확장되었다. 즉 국내 인디음악은 펑크와 록음악과 같이 상업화되고 대형화된 테크닉 중심의 음악에 대한 반동에

90) 김지영, “아이돌 팬덤과 인디음악 팬덤의 특성 비교 연구”, (석사학위논문 추계예술대학교 문화산업대학원 2009): 22-24

91) 안혜영(2011)., op. cit. 24.

92) 류아진, “인디레이블 전성시대-1”, 스트리트 H 문화산책, 2011년 9월호
http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=2602&contents_id=80624
(2015년 4월 26일 검색).

서 등장하고 성장했으나 특정 장르를 지칭하는 것이 아니라 자본과 표현방식에서 어떠한 간섭없이 독립을 지향하는 인디정신과 태도를 추구하는 음악을 일컫는다.

2) 인디영화

‘한국인디영화협회’가 결성되기 이전에는 검열과 제도권의 산업적 질서로부터의 자유를 뜻한다는 공통된 견해를 가지고 시작된 국내 인디영화는 작은 영화, 열린 영화, 민중 영화, 민족 영화 등으로 불리어졌으며,⁹³⁾ 초기 한국 인디영화는 사회변혁을 위한 정치투쟁의 수단으로 사용되기도 하였다.

한국 최초의 인디영화제작의 시작은 1925년 조선의 백남 프로덕션의 등장으로 볼 수 있다. 백남 프로덕션의 자립적 조선 영화 만들기는 한국 독립영화사의 시작으로 그 정신사적 의미와 가치가 크다.⁹⁴⁾ 해방 후, 국내 최초의 인디영화는 유현목 감독의 ‘해풍’이라고 할 수 있으며,⁹⁵⁾ 1970년대 여러 영화 소모임 그룹들이 생겨나기 시작하면서 이후 1980년대 초반의 영화운동을 주도한 세대가 된다. 이러한 의미에서 한국 인디영화의 태동기는 1970년대라고 할 수 있다.⁹⁶⁾

초기의 작은 영화라는 이름은 기존의 단편영화, 소형영화, 실험영화 등의 용어를 폐기하고 영화의 사회적 기능을 구체화 하려는

93) 김주현, “한국독립영화 제작에 관한 독립영화감독들의 인식 및 태도”, (석사학위논문 이화여자대학교, 2006): 9.

94) Ibid., 10.

95) Ibid., 10.

96) 이효인, “한국독립영화, 수난과 의지의 흔적”, [매혹의 기억, 독립영화], (한국독립영화협회, 2000년)

의지에서 붙여진 이름이며, 1984년 국립극장 실험무대에서 열린 ‘제1회 작은 영화제’에서 처음 사용되었다.⁹⁷⁾ 전양준(1996)은 작은 영화를 광의의 개념으로는 현실을 비판적 시각으로 재해석하고 미래지향적인 대안을 제시하는 열린 영화를 의미하며, 협의의 개념으로는 큰 영화(35mm)와 규격상 구별되는 16mm, 8mm 영화라고 정의⁹⁸⁾ 하였다.

1980년대 한국 인디영화는 현실에 대한 발언권과 투쟁력을 발휘하던 시기였다. 문화적 통제가 덜한 편이라 인디영화인들은 현실을 영화운동의 동력으로 받아들였고 영화를 사회변혁의 무기이자 수단으로 인식하며 영화를 통해 사회모순을 변혁하고자 했다. 1980년대의 인디영화계는 정치권력의 탄압대상이다 보니 여러 시행착오를 겪지만 나름의 방향성을 모색하여 조직 결성, 이론적 토대 구축, 현실참여적인 실천행위 등 발전을 꾀했다.⁹⁹⁾ 이와 같이 1980년대 한국 인디영화인들은 사회를 변혁하고자 하는 의지를 영화를 통해 드러내었다.¹⁰⁰⁾ 이로 인해 초기 한국 인디영화는 정치·사회적 의미에서 영화운동이라는 뜻을 내포하게 되었다.¹⁰¹⁾

1990년대 초반 사회주의권이 붕괴하고 문민정부가 등장함으로써, 1980년대 정치 투쟁과 사회변혁운동 과정 속에서 형성된 한국 인디영화의 영화 운동적 성격보다는 기존의 충무로로 대변되는 한국의 기존의 메이저 영화 제작시스템과 다른 방식으로 제작된 일련

97) 문학산, 한국 단편영화의 이해: 서사와 미학 그리고 장르, (서울: 커뮤니케이션 북스, 2007)

98) 전양준(1996), op. cit. 37.

99) 김주현(2006), op. cit. 6.

100) Ibid., 12.

101) 최민음, “독립영화 관람행동 결정 요인 연구”, (석사학위논문 한양대학교, 2010):

의 영화들을 포함하는 것으로 확대되기 시작했다.¹⁰²⁾ 즉 1990년대 이전의 인디영화가 정치적 지향성을 강조했다면, 1990년대 이후로 현재까지 통용되는 인디영화는 산업적 토대에 대한 성격에 가깝다.¹⁰³⁾

또한 이전에는 단편 영화, 대학 영화, 작은 영화, 열린 영화, 민중 영화, 민족 영화, 비-제도권 영화, 대항 영화 등으로 다양하게 불리다가, 1990년 한국인디영화협의회가 발족되고, ‘제 1회 인디영화제’가 개최되면서 공식적으로 ‘인디영화’라는 용어가 사용되었다.¹⁰⁴⁾ 인디영화는 인디영화 결성 선언문에서 성격이 보다 분명하게 드러나는데 선언문에 따르면, 우리 인디영화인들은 조직적인 창작과 보급 그리고 연구를 병행하여야 한다면 조직적 창작과 배급의 지향이라 명시하고 있다.¹⁰⁵⁾

2000년대 인디영화계의 신진 양성과 교육 및 보급 활동을 모색하기 시작하였고 ‘서울단편영화제’, ‘부산영화제’ 등에서 인디영화를 상영하면서 관객과의 상시적인 만남을 시도하였다.¹⁰⁶⁾

3) 인디패션

앞에서 살펴본 바와 같이 한국에서 인디는 1990년대 펑크의 성격, 관습 중의 하나인 ‘Do It Yourself’를 바탕으로 카피 밴드 수준의 그런지, 록과 펑크 밴드들을 지칭하면서 시작되었다. 따라서

102) Ibid., 6.

103) Ibid., 7.

104) 김수남, 한국독립영화, (서울 : 살림, 2005)

105) 문학산(2007), op. cit.

106) 송효정, “독립영화 진화의 역사” 2015년 5월 28일,

http://www.cine21.com/news/view/mag_id/79964 (2015년 5월 30일 검색)

1990년대 인디패션은 인디음악을 하는 밴드들이 입는 패션<그림 3>, 비주류패션이라는 인식이 강했다. 대부분의 인디밴드들은 특권이 없는 사람들의 삶을 표방함으로서 하향적 치장을 택했다.¹⁰⁷⁾ 당시 인디패션스타일은 그런지와 유사한 스타일이며, 낡은 옷들의 혼합, 찢어진 빛바랜 진, 사이즈보다 큰 점퍼, 빈티지한 옷, 무명의 인디밴드들에의 관심을 나타내는 그림이 있는 티셔츠, 군복을 특징으로 한다.¹⁰⁸⁾



<그림 3> 인디밴드 크라잉넛의 패션스타일

이후 인디음악이 그런지, 펑크, 록음악만이 아니라 다양한 장르의 음악으로 확장되고, 인디음악의 개념이 단지 장르를 지칭하는 것이 아니라 자본과 표현방식에서 어떠한 간섭없이 독립을 지향하는 정신과 태도를 추구하는 음악으로 인식이 변화하였다. 즉 거대기업에서 벗어나 제작과 유통에서 독립적이고 새롭고 신선한 것을 의미하는 것으로 변화하면서 패션에서도 인디는 인디음악을 하는 밴드들의 패션, 비주류 패션이 아닌 새롭고 신선한 독립적인 것으

107) 양미경, “하위문화 복식의 스타일 연구: 1930년대부터 1990년대까지”, (박사학위논문 성신여자대학교, 2003): 109.

108) Ibid., 110.

로 신진디자이너, 신진브랜드를 인디 디자이너, 인디브랜드를 지칭하게 되었다.

2011년 한국패션협회와 패션인사이트가 공동 주관하고 산업통상자원부가 주최하는 ‘인디브랜드 페어(Indie Brand Fair)’를 만들어 사업자등록 7년 미만의 신진디자이너를 대상으로 페어를 진행하고 있다.¹⁰⁹⁾ 선정된 우수 디자이너를 대상으로 인디브랜드가 상대적으로 약한 유통, 홍보마케팅에 관련하여 지원해주고 해외시장진출 인큐베이팅 지원을 받을 수 있는 기회를 제공해 주고 있다. 서울패션위크에서는 ‘제너레이션 넥스트’라는 이름으로 신진디자이너 육성 프로그램을 진행하고 있다. 여기서의 신진패션브랜드는 1년 이상에서 5년 미만의 디자이너를 대상으로 진행하고 있다.¹¹⁰⁾

인디패션의 용어가 본인 스스로 제작과 유통을 모두 다루는 용어로 신진브랜드, 신진디자이너를 일컫는 산업적인 측면에서만 사용되고 있고 이 또한 범주가 불분명하다. 인디패션에서 사용하고 있는 인디라는 용어에 대한 정의와 특성을 통해 인디패션의 보다 정확한 정의와 범주가 확립되어야 한다.

109) 박윤정, “제 5회 인디브랜드페어, 바이어 및 패션업체 참관 신청 접수”, 패션저널&텍스타일라이프, 2015년 5월 19일, <http://okfashion.co.kr/detail.php?number=36767&thread=81r07r01> (2015년 5월 2일 검색).

110) 이세정, “‘서울패션위크’ 2016SS부터 이렇게 달라진다”, 글로벌이코노믹, 2015년 6월 29일, http://www.g-enews.com/ko-kr/news/article/news_all/201506291915083226462_1/article.html (2015년 6월 30일 검색)

제 2 절 인디의 특성

인디의 정의와 기원을 통해 살펴본 인디는 독립을 뜻하며, 문화의 획일성, 문화에 대한 비진정성, 창조성의 제약 등 기존의 일관된 문화 산업구조로부터의 독립을 의미한다. 이러한 독립이 일어나게 된 배경에는 자기정체성 표현과 자신만의 독창성을 추구하기 위함이다. 위에서 고찰한 문헌 연구의 결과를 종합하면 다음과 같은 특성을 3가지로 정의내릴 수 있다.

1. 문화산업구조로부터 제작과 유통의 독립

인디의 출발점은 기존 문화의 획일성, 문화의 비진정성, 창작과 수용 단절적 커뮤니케이션, 이로부터 기인하는 창조성의 제약 등 기존의 메이저를 중심으로 한 문화산업 구조로부터의 독립이었다. 이윤 극대화를 목적으로 한 거대 자본의 영향 하에서는 창작의 자유와 다양성을 유지할 수 없기 때문에 이를 위해 지배적인 산업시스템으로부터 독립하여 형성되었다. 따라서 인디는 기존의 문화생산의 경제구조로부터 벗어나 새로운 형태의 문화 생산을 도모하고, 기존의 유통구조와는 다른 독자적인 배급망을 형성한다. 이는 문화생산의 구조에서 보면 새로운 흐름이고, 수용자입장에서 보면 다양한 문화에 대한 선택권의 확장 및 자유를 획득하는 새로움이다. 물론 거대 자본으로부터의 독립은 대부분 저예산 생산구조를 만들게 되었고, 이 저예산 문화생산 방식이 대표적으로 인디를 규정한다.¹¹¹⁾

111) 김주현(2006), op. cit. 26.

인디 문화에서 확립된 인디음악과 인디영화 분야를 일례로 보면, 인디영화는 인디레이블과 같이 기존의 영화산업계 내에서 활동하고 있는 영화사와 계약을 맺지 않고 독자적으로 예산을 마련하여 제작한다.¹¹²⁾ 영화평론가 정성일(1999)은 인디영화에 있어서 독립의 의미를 정치적 동시에 경제적 독립으로 규정하고, 검열과 상영시스템으로부터의 독립을 필수적 조건으로 말한다.¹¹³⁾ 인디음악의 경우 독립적인 자본으로 형성된 ‘인디레이블(indie lable)’이 존재한다.

국내 대표적인 인디레이블의 예로 ‘붕가붕가레코드’은 인디밴드로 대중에게도 잘 알려진 <브로콜리 너마저>, <장기하>, <불나방 쏜세지클럽> 등이 소속되어 있다. ‘붕가붕가레코드’는 스스로를 ‘수공업 소형 음반 제작 전문 레이블’이라고 한다.¹¹⁴⁾ 최소 투자와 이를 안정적으로 회수하는 시스템을 통해 많은 인디밴드들에게 쉽게 음악을 시작할 수 있도록 해준다. 싸게, 쉽게, 그러면서도 보다 들을 만한 음악이라는 모토 하에 지속적으로 음반을 제작하고 있다. 소규모 물량만을 작업해 공연장과 일부 매장 등에 직접 유통함으로써 제반 과정에서의 지출을 줄이고, 이를 통해 적은 비용으로도 음반을 지속적으로 출시할 수 있도록 하는 것을 시스템화하고 있다.¹¹⁵⁾

또 다른 예로 ‘루비살롱 레이블’은 스스로를 ‘독립음악 커뮤니티’라고 한다. 인천에 위치한 공연장(클럽 루비살롱)을 기반으로 다양한 형태의 공연을 기획하고, 음반을 제작하고 유통하며 하고 있다. 공연을 통해 홍보하는 시스템이다.¹¹⁶⁾

112) 김주현(2006), op. cit. 35.

113) 전양준, 정성일, 김경실, 독립영화의 현실과 미래, (스크린. 1999), 22.

114) 박준흠, 한국의 인디레이블, (선, 2009): 49.

115) Ibid., 51.

116) Ibid., 52.

‘파고뮤직레이블’은 최근 새로운 레이블 형태로 음반을 제작하는 레이블이 아니라, 국내 인디 음악계에서 주목받는 레이블들과 직접적인 협력관계를 맺어 해당 레이블들이 기획과 음반 제작을 마치면 대개 인디레이블이 어려워하는 홍보와 마케팅을 맡아서 하는 형태로 이루어지고 있다.¹¹⁷⁾

인디음악은 메이저급 음반사에서 음반을 내면서도 직간접적으로 인디와 연관을 맺는, 즉 대중음악과 인디음악 사이를 오가는 뮤지션이 있기 때문에 명확하게 정의하기가 쉽지는 않다. 인디음악의 대중화에 따른 정체성에 대해 김종휘(2000)는 ‘어떻게’가 문제일 뿐, 돈 많이 번 인디, 유명해진 인디, 방송에 나오는 인디가 얼마든지 가능하다. 인디가 오버그라운드를 특별히 싫어할 이유가 없다. 다만 인디는 이 나라의 오버그라운드가 워낙에 협소하고 획일적인 탓에 맘 편한 언더그라운드에 출생신고를 냈고 그곳에 거주하고 있을 뿐이라고 하였다.¹¹⁸⁾ 이는 창작과 유통을 위해 선택한 방식일 뿐, 활동 영역에 있어서는 오버그라운드이든 언더그라운드이든 제작과 유통에서 독립하여 자기정체성을 표현하는 인디로서의 태도가 남아있다면 인디음악이 대중화되더라도 인디의 정체성이 문제되지 않는 것으로 해석할 수 있다.

2. 획일화된 문화시스템으로부터 표현의 자유

인디는 개인의 주체성과 자유를 억압하거나 제한하는 대중문화 시스템에 대한 거부¹¹⁹⁾이며, 그 반대로 자유, 주체성 그리고 솔직함

117) Ibid., 54.

118) 김종휘 등, 날아라 밴드 뛰어라 인디, (해냄, 2000): 42.

119) 김진규(2011), op. cit. 76.

을 추구한다. 인디는 기존의 사회윤리로부터의 이탈, 거부로 출발하였고 현재 인디음반제작자협회, 인디영화협회, 인디예술제사무국 등이 있으나 이들은 사회운동조직체가 아니라 일종의 이익단체의 성격을 갖고 있으며 동일한 ‘취향집단’이라 볼 수 있다.¹²⁰⁾ 인디는 계급적 집단성보다는 다소 탈계급적인 모습을 보이는 개별성을 중시하고, 확정된 조직이 아니라 유동적인 취향의 네트워크이다.¹²¹⁾

이렇듯 공통된 취향을 바탕으로 제작과 유통에 있어서 거대자본으로부터 독립한 인디는 자유로운 창작 활동과 예술적 자율성을 지향하고 이윤 중심의 기존의 시스템 밖에서 자신의 자율성과 실험성을 지켜나갈 토대를 만들 수 있다. 따라서 인디는 보다 다양하고 새로움으로 표출될 수 있는데 외부의 개입없이 생산자가 느끼고 있는 것, 하고 싶은 것을 자유롭게 할 수 있다는 것이다. 이러한 제한없는 자유로운 창작은 내용과 형식에 있어서의 다양하고도 실험적인 것들을 시도해 볼 수 있는 계기가 된다.

앞에서 언급한 인디레이블 같은 경우 메이저음반사의 자본, 유무형의 권력이 가하는 정치적, 도덕적 검열을 거부하고, 공통된 취향을 토대로 자신의 가치관과 표현에 있어 공유할 수 있는 뮤지션들이 모여 자유로운 음악 창작 활동을 하는 것을 예로 볼 수 있다.

다양성을 지향하는 인디는 이질적인 것들 간의 혼합과 그에 따라 기존의 규정으로부터의 탈주는 새로운 사회적 문화적 의미를 생산하며 기존 사회에 새로운 문화 콘텐츠를 제공한다.

김작가(2009)는 “한국은 언제나 트렌드가 하나다. 특히 2000년대 이후에 일렉트로닉이 대세라고 하면 전부 일렉트로닉을 하고, R&B가 대세다 하면 모두 R&B를 하는 식이었다. 그런데 인디는

120) Ibid., 78.

121) 김민규(2001), op. cit. 220.

트렌드를 만들어낼 수 있다. 존재하지 않는 새로운 트렌드를 만들어내는 건 아니다. 1990년대 초반에 서태지가 트렌드와 떨어져서 새로운 트렌드를 만들어냈던 것처럼 새로운 시도를 통하여 폭발력을 가질 수 있는 음악, 그러니깐 시장의 욕구에 의한 음악이 아니라 자신의 욕구를 표현해서 시장이 따라올 수 있게 하는 가능성을 가지고 있다”¹²²⁾ 라고 하였다.

인디영화 같은 경우도 거대자본으로부터 독립을 통해 스타시스템과 흥행의 논리로부터 비교적 자유롭고 감독의 철학이나 사회비판적인 메시지 등을 자유롭게 표현할 수 있고 상업적 시스템과는 구별되는 비상업적 영화, 내용과 형식면에서 대안적인 것을 담아내는 영화, 기존의 영화와는 다른 소재와 영화미학을 추구하며 무엇보다도 영화제작에 있어서 절대 재량을 감독이 갖고 있을 수 있다는 특징을 갖는다.¹²³⁾

최근에는 이러한 인디의 문화적 다양성을 많은 사람들이 공감하면서 대중문화에서도 인디의 새로움을 받아들이고 있다. 국외의 경우에 인디를 일종의 ‘taste market’이나 상업적 대중문화산업체계의 ‘하위-체계(sub-system)’로도 인식하고 있다.¹²⁴⁾ 대중의 취향에 대한 새로운 개발을 통해 대중문화산업이 대규모 자본 투자의 실패에 대한 경제적 위험을 우선적으로 상쇄하려는 의도임을 드러내주는 것이고 한편으로는 제한받지 않는 창작의 자유로움으로부터 생성되는 다양한 문화 콘텐츠들에 대한 일종의 문화자원의 확보라는 의도도 있다.¹²⁵⁾ 대자본에 구속되지 않고 자신들이 하고 싶은

122) 김작가, “밖에서 본 홍대앞 변화상” 2009sus 8월 25일,

<http://daily.hankooki.com/lpage/coverstory/200908/wk20090825101714105450.htm>

(2015년 3월 6일 검색)

123) 김주현(2006), op. cit. 36.

124) 김민규(2001), op. cit. 84-88.

것을 추구하는 인디의 특성이 획일화된 대중문화에 신선함을 안겨 주고, 다양한 인디 콘텐츠들의 대중성이 새로운 창조성을 발현하는 장으로 나타나고 있다.

3. 자기정체성이 내포된 독창성

대중문화가 갖는 화려함, 세련됨과는 반대로 비-세련됨(non-refinement)을 특징으로 하고 있다.¹²⁵⁾ 하이-파이(hi-fi)와는 반대되고 저급 테크놀로지, 음질이 좋지 않은 것을 의미하는 로우-파이(low-fi)는 비-세련됨의 한 방식으로서 일부러 음질을 열화시켜 사용하기도 한다.¹²⁷⁾ 이러한 비-세련됨은 단순히 예술적 역량이나 기술이 미흡한 것이 아니라 하나의 방식으로 인디에서 사용된다. Meyer(2000)은 비-세련된 표현이란 세련됨 뒤에 감추어진 무엇이 세련된 것인가에 대한 문제제기와 재해석의 과정, 실천의 과정 속에서의 행위의 진정성을 획득하는 것이며, 비-세련됨은 ‘자연적’과 ‘진정성’으로 정의한다.¹²⁸⁾

이렇듯 인디는 자유, 주체성, 진정성, 솔직함 등을 중심으로 한 정신과 삶의 태도이다. 행위자가 특정한 태도를 선택한다는 것은 곧 정체성을 획득했음을 의미한다. 또한, 인디와 같이 사회적 권력관계 속에서 기존의 문화적 관행과는 다른 새로운 문화적 행위를 선택하고 추구하는 경우에 있어서 자신의 정체성은 필수적이다.¹²⁹⁾

125) Ibid., 84-88.

126) Ibid., 11.

127) Ibid., 12.

128) Meyer, John W. & Ronald L. Jepperson, The "actors" of Modern Society : the cultural construction of social agency, *Sociological Theory* 18 no.1, (2002): 100-120.

129) 김민규(2001), op. cit. 133.

박준흠(2006)은 인디를 아직도 예술적인 실험을 위해 조작한 시스템으로 보거나, 기존사회에 대한 반 행위 내지는 대중음악으로 가기 위한 준비단계로 보는 시선에 대해 비판하며 인디를 진정성이 담긴 창작으로 정의하였다.¹³⁰⁾

국내에서 활동하고 있는 인디밴드들은 대부분 자신이 직접 작곡, 작사를 하고 있는 송라이터(song writer)이다. 이에 따라 일기, 독백과 같은 자신의 이야기를 진술하면서도 직설적으로 음악에 표현하기도 하고 자신의 생각을 과감하게 표현하기도 한다. 인디밴드로는 최초로 자작곡으로 데뷔 무대를 가진 밴드<언니네 이발관>은 한국에 모던 록 장르를 본격적으로 소개하고 보급한 밴드로서 ‘대한민국 모던 록의 효시’로 알려져 있다.¹³¹⁾ 언니네 이발관은 1990년대 중반 영·미의 성공적인 밴드의 곡을 카피하는 선에 그쳤던 인디음악에서 진정한 음악적 ‘독립’을 이룩하여 자기정체성을 바탕으로 한 음악을 만들었다. 즉 인디음악이 기존의 대중음악과 다른 점은 창작자 즉 뮤지션이 자신이 하고자 하는 이야기, 자신의 이야기, 또 그 과정에서 자기정체성을 발견하기도 하는 음악을 직접 제작되어야 한다.

한국의 인디영화에서 자기정체성 투영은 1990년대부터 보인다. 한국의 인디영화는 독특한 정치 문화적 풍토와 긴밀한 관계를 가지고 발현되어왔다. 한국 인디영화를 1980년대 · 1990년대 · 2000년대 세시기로 나눠 보면, 1980년대는 영상을 통한 운동이라는 정체성을 가지고 변혁 운동의 일환으로 존재했다. 영화제작사로서의

130) 박준흠(2006), op. cit. 12.

131) 언니네 이발관, 위키백과,

<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%96%B8%EB%8B%88%EB%84%A4%EC%9D%B4%EB%B0%9C%EA%B4%80> (2015년 5월 12일 검색)

정체성은 좀처럼 드러내지 않고 있다.

1990년대가 되면서, 변혁운동의 도구로서 과거 인디영화가 가진 선동적이고 계몽적인 시선은 진보적 시선으로 다양한 시선을 갖고 영화미학과 정체성을 찾고자 시작했다.¹³²⁾

2000년대 들어서는 한국 인디영화는 활성화된 영화제 공간과 디지털 기술의 확산 그리고 작가의식에 기반한 개인적이고 주관적인 성향과 함께 다양하고 실험적인 영화들이 등장하고 있다.¹³³⁾ 또한, 감독이 영화를 제작하는 것뿐만 아니라, 영화 안에서 각본, 연기 모든 것을 직접 참여하면서 관찰자이지만 동시에 주관적인 시선으로 드러내면서 영화를 자신의 이야기, 혹은 자신의 의도를 드러내는 방향으로 이끌어간다.

인디음악과 인디영화를 예로 인디의 특성은 자기정체성을 얼마나 깊이 있게 표현했는지가 중요하며 얼마나 많은 사람들이 그것을 향유하고 있는지가 아니라 얼마나 깊은 이해를 하고 있는가가 중요하다.¹³⁴⁾

132) 남인영, 개인.일상.기억의 정치학:디지털 환경의 한국 독립 다큐멘터리, 대안 영상문화발전소, (대안영상문화발전소 아이공, 2003): 166.

133) 배안나, “한국 독립 다큐멘터리 영화에서 제작자의 개입과 노출에 관한 연구, 제작자-나의 다양한 양상들”, (석사학위논문 중앙대학교 첨단영상대학원, 2008): 7-9

134) 김민규(2001). op. cit. 18.

제 3 장 한국 인디패션에 대한 실증적 고찰

제 1 절 인디패션의 정의 및 위치

본 절에서는 2장에서 이론적 연구를 통해 구축한 현대 패션시스템 내에서 인디패션의 위치와 정의를 실증하고자 심층면접 결과를 바탕으로 한국 인디패션향유자들이 인식하고 있는 인디패션의 정의와 이미지, 현대 패션시스템에서 인디패션의 위치 등을 살펴보았다.

1. 인디패션의 정의

문헌을 통해 살펴본 인디의 정의는 기존의 획일화된 문화 생산 양식의 시스템에서 벗어나 고유의 문화적 특징과 본인만의 독창성을 추구하려는 정신과 태도라고 하였다. 인디패션향유자들 또한 본인만의 독창성을 추구하는 태도적인 측면으로 인디패션을 정의하였다. 인디패션을 정의하는데 사용한 단어는 ‘아이덴티티’, ‘본인만의 색’, ‘개성’ 등 자신과 관련된 단어의 사용이 많이 나타났고 특히 ‘자기정체성’의 단어를 가장 많이 사용하였다.

인디패션이라고 하면 아이덴티티, 그 사람을 확실하게 보여주는 것이라고 생각해요.

(김윤희, 31세, 인디패션잡지에디터)

인디패션인지 아닌지는 그 사람이 입은 옷이 그 사람의 아이덴티티가

들어가 있는지 아닌지가 기준이에요.

(이정훈, 30, 인디패션디자이너)

인디패션은 인디정신을 갖고 있어야 해요. 인디정신은 나를 가장 잘 표현해 주는 것, 내가 가장 좋아하는 것을 제한하는 모든 것들로부터 독립하는 것이에요.

(오지나, 29, 인테리어디자이너)

인디패션하면 나의 배경, 나만의 갖고 있는 특성, 즉 나의 정체성을 잘 표현한 스타일인거 같아요.

(이현수, 30세, 인디패션잡지대표)

본인만의 색깔을 가지고 있는 패션이 인디패션이라고 생각해요.

(김진이, 42세, 인디패션잡지대표)

인디패션은 옷을 대할 때 나의 색깔을 표현이 가장 중요한 패션, 이러한 정신을 갖고 있는 것이 중요해요.

(김현정, 24세, 학생)

인디패션이 주류다 비주류다 분류할 수는 없어요. 주류든 비주류이든 간에 인디정신을 가지고 있다면 인디패션이라고 생각해요...인디정신은 옷을 입을 때 본인이 가지고 있는 가치관에 얼마나 잘 부합해서 입는거겠죠.

(이정아, 31세, 인디패션디자이너)

인디패션은 내가 얼마나 패션에 있어서 나의 주체성을 고스란히 드러낼 수 있을까 하는 생각이예요.

(최한나, 25세, 학생)

어떤 것이 유행하는 것을 봤을 때 그게 진짜 좋아서 산다기보다는 남들이 좋다고 해서 내 눈에도 그렇게 보이는 것이 아닌 눈을 갖는 **생각이 인디패션** 이라고 생각해요. **무엇인가를 판단할 때 기준이 나에게 있는 것이죠.**

(정재운, 24세, 회사원)

인디패션을 정의하는데 가장 중요한 키워드는 가치관, 정체성, 주체성, 독립, 아이덴티티이다. 기존의 모든 패션들 또한 자기정체성을 표현하는 수단으로 존재하지만 인디패션은 본인만의 가치관과 정체성이 남들과 같을 수 없기 때문에 패션스타일에서도 남들과 같은 스타일은 존재할 수 없다고 생각한다. 그것은 기존의 패션은 자기정체성을 표현하는데 있어 보편적이고 일관된 패션 흐름 안에서 본인의 스타일을 추구하는 반면 인디에서는 기존에 일관된 것, 정형화된 것, 익숙한 것들로부터의 독립으로 남들과는 다른 본인만의 가치관과 정체성이 뚜렷하게 나타나는 스타일이라 할 수 있다.

인디패션은 자기가 주관적으로 생각하는 표현방식, 스타일, 창의적인 것이라고 생각해요. **기존의 패션들은 대중성을 무시하지 못하지만, 인디패션은 그렇지 않거든요…**거기서 나오는 **독창성**이죠.

(조혜진, 28세, 학생)

인디패션을 구분할 수 있는 기준은 패션의 기준이 나에게 있는 것과 독특성…이 두 가지 인거 같아요.

(김우준, 25세, 학생)

인디패션은 기준이 나에게 있어요. 그래서 그게 좀 독특하더라도 상관

없어요. 그게 **인디패션에 중요한 특징 중 하나**라고 생각해요. **내 가치관, 스타일이 어떻게 남과 같을 수 있겠어요.**

(김수현, 28세, 인디패션잡지에디터)

저는 옷을 입을 때 **독특하게 남들과 다르게 입는 것이** 좋아요. 그리고 사람들이 이런 저의 모습을 보고 **낯설다. 편하지 않다.** 그런 시선과 생각을 즐기는 편이에요. **이게 중요한 인디패션의 특징**인거 같아요.

(정다운, 31세, 인디패션잡지에디터)

자기정체성은 하나의 일관성을 보유하는 특징을 갖고 있으며, ¹³⁵⁾¹³⁶⁾ 이러한 일관성은 본인이 스스로를 다른 사람과 구분시킬 수 있기¹³⁷⁾때문에 인디패션은 변하지 않는 일관성을 갖고 남들과는 다른 나만의 분명한 기준과 스타일이 있어야한다. 이는 기존의 패션과도 다른 점으로 기존의 패션은 계속 변화하는 흐름을 맞춰 새로움을 추구하지만 인디패션은 변화하는 흐름에 맞춰 변화하는 것이 아니라 본인만의 가지고 있는 기준안에서 새로움을 추구한다.

나의 패션스타일에 있어서 내가 처음 원했던 것과 나중에 원했던 것이 다를 때 그건 잘못된 거라고 생각해요. **시간이 지나도 변하지 않는 것이 바로 인디패션이라고 봐요. 변화를 한다면 인디패션이 아닌 기성패션이 아닌가요?** 계속 시간이 흐른다고 변화하는 것은 옳지 않다고 생각해요.

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

135) 황상민, 사이버공간에 또 다른 내가 있다. 2000. (서울: 무역경영사): 77

136) Jenkins, Richard. 1996. Social Identity. London: Routledge : 26-27.

137) 황상민(2000), op. cit. 78.

물론 시대에 따라 취향도 스타일도 변하긴 하겠지만, 변하지 않아야 하는 것이 있을 거라고 생각해요. 그게 인디패션이 가장 큰 특성이라고 생각해요.

(정윤아, 23세, 학생)

14년 패션스타일, 15년 패션스타일 계속 변화하는 스타일에 변화하지 않고 자기만의 분명한 스타일이 존재하는 사람들을 말하는 거죠. 과거 그 당시만의 패션이지만 지금 봐도 어색하지 않고 잘 입고 다닐 수 있는 그런 패션이요.

(이소연, 28세, 인디패션디자이너)

저는 안경, 모자, 신발은 항상 변하지 않는 것이에요. 이게 나의 아이덴티티를 가장 잘 보여주거든요. 나를 캐릭터화 시켜주는 것이 좋아요. 그 사람하면 ‘아 이거’ 하는 것어요. 이게 인디패션 이라고 생각해요.

(장준용, 32세, 그래픽디자이너)

본인만의 가지고 있는 기준안에서 새로움을 추구하기 때문에 기존의 일반적인 패션스타일에 벗어나 독특하고 실험적인 패션스타일로 나타나기도 한다. 이는 자신이 속한 준거집단 안에서 집단의 기대를 충족시키기 위해 행해지는 행동이나 안정감을 찾기 위한 것이 아닌 개별성만을 추구하는 특성을 가진다고 볼 수 있다. 이는 남들과는 다른 나만의 패션스타일을 표현하는데 있어 기존의 유행하는 패션스타일, 남들의 시선에서 독립하여 솔직하고 용기있게 입는 태도인 것이다.

인디패션은 한마디로 본인인거 같아요...두려워 하지 않고 내 스타일을 가장 잘 표현하는 것. 사람들의 눈에 신경을 안 쓰고 자기를 표현할 수

있는 스타일로 입는 것 말이에요.

(조현정, 30세, 회사원)

인디패션은 자기만의 확실한 기준을 가지고 **옷을 대하는 태도**예요.

(김혜정, 31세, 인디패션디자이너)

옷을 통해 재밌게 표현하는 것, 자기를 잘 보여주는 것, **용기있게 입는 것**이라고 할 수 있을 것 같아요.

(박지은, 36세, 인디패션에디터)

인디패션은 **솔직하게 표현하는 거**라고 생각해요 그게 남들이 보면 이상할 지라도 상관없어요.

(안효은, 25세, 인디패션에디터)

인디패션을 추구하는 사람들이야 말로 진정으로 옷을 사랑하고 잘 입는 사람들이예요. 왜냐하면 남들의 시선, 유행, 트렌드에 민감한 것이 아니라 옷 자체가 나와 어울리고 맞다고 생각해서 입는 거잖아요. **솔직하고 용기있고 또 진실하게 내 모습을 보여주는 것**이에요.

(김현민, 23세, 학생)

이상으로 종합해 볼 때, 인디패션은 기존의 일관된 패션 흐름에서 벗어나 본인이 중심이 되어 본인만의 가치관과 기준을 바탕으로 남들과는 다른 차별화된 독창적이고 새로운 스타일을 용기 있고 솔직하게 표현하는 인디정신과 태도를 가진 패션이라 할 수 있다.

기존의 패션과는 다른 인디패션만의 특성을 살펴보면 첫째, 기존의 패션은 동조성과 차별성이 동시에 존재한다. 여기서의 동조성은

패션흐름과 본인이 속한 사회집단에 의해서 전형적으로 받아들여지는 패션스타일을 의미한다. 이와는 다르게 인디패션은 기준이 본인에게 있어 동조성을 추구하지 않는다. 자신이 속한 준거집단 안에서 기대충족이나 안정감을 위한 패션스타일이 아닌 남들과는 다른 본인만의 개별성을 추구하는 것이다. 또한, 지속적으로 새로운 스타일을 추구하는 차별성 또한 추구하지 않는다. 본인만의 가치관과 정체성의 표현은 남들과는 같을 수 없으며 이는 패션스타일에 있어서도 남들과는 다른 패션스타일로 보여질 뿐이다. 둘째, 인디패션은 자기정체성을 바탕에 두고 있다 보니 하나의 일관성을 가지고 변하지 않는 본인만의 스타일을 특징으로 한다. 기존의 패션은 계속 변화하는 흐름이 형태를 가지고 있지만, 인디패션은 변하지 않는 나만의 스타일과 기준을 갖고 있다. 셋째, 인디패션은 각기 다른 개인의 스타일로서 인디패션을 어떠한 이미지나 스타일로서 규정할 수 없다. 넷째, 인디패션은 다른 사람들이 독특한 스타일과 이미지로 누군가를 인디패션이라 규정할 수 있는 것이 아니라 본인 스스로 앞서 언급한 인디정신과 태도에 부합하는 패션을 추구하고 있다고 인식할 때 인디패션으로 정의내릴 수 있다.

2. 현대 패션시스템에서 인디패션의 위치

현대 패션시스템에서 인디패션의 위치를 확인하기 위한 실증적 연구로 심층면접을 진행함에 있어서 어디에 위치하고 있는지, 인디패션에서 패션리더, 유행을 선도하는 사람은 누구라고 생각하는지와 그 이유 등을 질문하였다.

패션리더는 선행연구를 참고하여 다음과 같이 정의하였다. 패션

리더는 크게 유행 의견 선도력과 유행 혁신성 차원으로 분류할 수 있다¹³⁸⁾. 유행 의견 선도력은 한 개인이 다른 사람들에게 새로운 개념, 관행, 사물에 관한 정보나 조언, 충고를 줌으로써 그들의 태도나 행동에 비공식적으로 영향력을 미치는 정도를 말한다.¹³⁹⁾ 유행혁신성은 개인이 혁신적 상품을 채택하는 시기가 다른 사람들에 비해서 새로운 아이템을 얼마나 빠른지에 대한 것으로 정의된다.¹⁴⁰⁾ 즉 패션리더는 새로운 패션 스타일을 빠르게 받아들여 다른 사람들에게 미치는 영향력이 큰 사람을 의미한다.

그 결과는 다음과 같다.

첫째, 인디패션은 유행의 흐름에 속하지 않고, 패션리더 또한 존재하지 않는다고 생각한다. 인디패션은 본인만의 분명한 가치관과 정체성이 중요하기 때문에 유행의 흐름 안에서 존재하는 것이 아니라 독립되어 존재한다.

저는 비주류가 인디라고 생각하지 않아요...인디패션은 주류, 비주류 그런 경계를 짓는 것이 아니라...인디패션은 말 그대로 이러한 구분으로부터 독립된 패션 같아요.

(전경희, 32세, 인디패션잡지디자이너)

인디패션은 유행에서 벗어난 범주에 있다고 생각해요. 그러다 보면 그 사람들을 보고 유행을 이끄는 누군가가 착안할 수도 있고요. 착안하지 않

138) 김경하, 김덕하, “남자대학생의 유행 선도력에 따른 향수 태도 연구”, 한국디자인문화학회지 19, no. 3 (2013): 67-69.

139) 신현경, “유행선도력과 패션제품지식에 따른 온라인 구전활동”, (석사학위논문, 건국대학교, 2009)

140) 강한나, “얼리어답터 측정방법에 따른 대학생 소비자 유형화: 제품구입시기, 유행선도력, 얼리어답터 라이프 스타일을 중심으로”, (석사학위논문, 울산대학교, 2007).

는다면 그 무리가 유행이 된다고 생각해요

(최지은, 34세, 인디패션잡지대표)

유행에 속하고 싶지 않은 것 같아요. 인디패션은 정형화된 것, 제한되고 구속된 것으로부터의 독립인 유행의 흐름에도 독립된 것이에요.

(김현아, 29세, 가구디자이너)

인디패션은 내가 좋아하는 것을 기존의 패션흐름에서 벗어나 좀 더 독특하게 표현하는 것이기 때문에 **유행이라 하는 패션흐름에서 어느 위치에 속해 있다고 할 수는 없을 것 같아요.**

(이은이, 31세, 인디패션잡지대표)

따라서 많은 대중들이 새로운 스타일을 모방하고 유행이 될 수 있는 영향력을 끼치는 패션리더는 인디패션에서는 존재 하지 않는다. 다만 본인이 좋아하고 추구하는 패션스타일의 취향이 맞아 서로 공유하는 사람이 존재할 수는 있다고 생각한다. 즉 취향을 공유하는 공동체 안에서도 영향력을 끼치는 패션리더는 존재하지 않으며 각기 다른 개인의 독특한 스타일을 인정하고 서로 정보를 공유하는 각 개별만이 존재한다. 즉 인디패션은 남들과는 다른 나만의 독창성을 추구하고 각기 다른 개별적인 스타일로서 특정 이미지나 스타일로서 규정할 수 없기 때문에 패션리더는 존재할 수 없으며 각각 자기리더, 셀프(self)리더로 볼 수 있다.

저에게 패션리더는 없어요. 저는 누구의 스타일을 따라하거나 좋아하지 않아요. 나를 가장 잘 표현할 수 있는 옷을 입는 것이 좋아요. 누가 트렌디하고 누가 유행을 선도하고 그런 것은 저에게 별로 중요하지 않아요.

(조혜진, 28세, 학생)

인디패션은 진짜 내가 좋아하는 옷을 입고 즐기는 것이예요. 그렇다면 누군가가 패션리더라고 할 수도 없고, 유행이라는 것과는 다른 범주라고 생각해요.

(정다운, 31세, 인디패션잡지에디터)

인디패션에서는 어떤 부분 나의 취향과 맞아 서로 공유할 순 있겠지만, 누군가의 스타일이 유행이 되어 그것을 따라하는 것은 인디패션이라 할 수 없어요.

(김희연, 31세, 제품디자이너)

둘째, 인디패션은 유행의 흐름 중 가장 선도적 위치라고 생각한다. 즉 인디패션은 기존의 것과는 다른 독창적인 패션으로 유행하고 있는 일관된 패션의 흐름이 아닌 새로운 대안적인 패션으로 나타날 수 있다. 이러한 새로움과 낯설음을 기존의 패션의 흐름에서 유행을 선도하는 사람들이 일부 착안하여 유행이 전파된다고 생각한다. 이들은 의도적으로 기존 시스템 내의 유행을 선도하는 패션리더가 되려고 하지 않지만, 결과적으로 새로운 패션을 창조하는 사람들이다. 패션디자이너라기 보다는 패션스타일링을 창조하는 사람이라 볼 수 있고 더 나아가 패션뿐만 아니라 라이프 스타일을 리드하는 문화 창조자의 역할을 하고 있다.

인디패션은 최신의 것에도 과거에 것에도 신경 쓰지 않기 때문에, 새로운 스타일을 만들어 내요. 그게 현재는 이상해 보일지라도 유행을 이끄는 누군가가 이를 착안해서 새로운 흐름을 만들어 내니 인디패션은 가장 앞에 위치하고 있는 것 아닐까요.

(황지수, 31세, 인디패션잡지에디터)

제가 입는 스타일이 유행, 최신의 트렌드라고 할 수 없지만, 제가 입고 그 다음 유행하는걸 보면 새로운 스타일을 추구하는 저의 패션스타일이 유행이라 하는 것 보다 더 앞에 위치하고 있는 것 같아요.

(박지은, 36세, 인디패션잡지대표)

패션리더는 가장 트렌디한 사람이 아니라 자기 멋을 가장 잘 살리고 새롭게 입는 사람인거 같아요.

(강민수, 31세, 인디패션잡지대표)

많은 사람들이 멋지다고 생각하는 옷을 입는 사람보다 실험적이고 과감하게 입어도 그게 거부감 없이 그 사람 자체로 인정하게 되는 그런 옷을 입는 사람이 패션리더라고 생각해요.

(신동현, 24세, 학생)

패션리더라는 것은 사실 유행을 이끈다기 보다는 남들이 하지 않는 것을 하는 거라고 생각해요. 그래서 패션뿐만 아니라 가구, 음악, 음식 등 전반적인 여러 문화들에 있어서 남들이 하지 않는 새로운 걸 추구하는 것 같아요.

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

패션리더는 인디정신을 갖고 있는 사람인데, 이러한 정신이 패션에서만 나타나는 것이 아니잖아요. 전반적인 그 사람의 라이프 스타일까지 남들과는 다른 어떤 특별함이 있는 사람을 말해야한다고 생각해요.

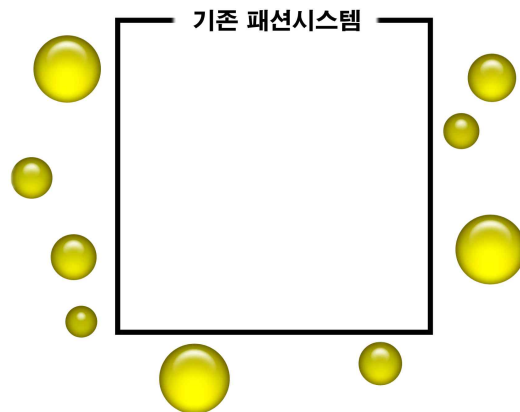
(최한나, 25세, 학생)

3. 종합적 논의

인디패션은 가장 큰 키워드인 가치관, 정체성, 주체성, 독립, 아이덴티티를 바탕으로 집단성을 부정하고 개별성에 대한 긍정적인 인식을 갖고 있다. 인디패션의 이러한 개별성은 패션과 자신을 동일시하는 경향이 매우 강한 형태이며 남들과는 다른 나만의 확고한 기준과 스타일이 존재하기 때문에 인디패션에서 패션리더는 각각 자기리더, 셀프(self)리더로 볼 수 있다. 기존의 패션스타일과는 다른 새로운 패션스타일은 이들이 의도적으로 기존 시스템 내의 유행을 선도하려고 하지 않지만, 결과적으로 새로운 패션을 창조하는 사람들로 보이게 하며 더 나아가 패션뿐만 아니라 라이프 스타일을 리드하는 문화 창조자의 역할을 하고 있다.

<그림 4>와 같이 인디패션향유자들은 인디패션은 독립을 추구하기 때문에 기존의 패션시스템 내에 위치할 수 없고 완전히 독립하여 존재한다 하였다. 하지만 인디패션에서의 독립은 기존의 패션시스템에서의 독립이 아닌 일관된 것, 정형화된 것, 익숙한 것들로부터의 독립이다. 따라서 각기 다른 개별적인 인디패션스타일들은 완전한 기존의 패션시스템에서 독립하여 존재하는 것이 아니라 완전히 독립하여 위치할 수도 있고 일정 부분 벗어나 있기도 하고 혹은 완전히 독립하지 못하기도 하면서 유동적으로 존재한다.

인디패션향유자의 시각



<그림 4> 인디패션향유자의 시각에서 본 현대 패션시스템 내에서 인디패션의 위치

국내에서는 아직도 ‘남들과 다름’, ‘튀다’는 것을 부정적으로 인식하고 있지만, 인디패션향유자들은 이로부터 독립하여 솔직하고 용기 있게 패션스타일을 표현하고 있다. 이는 기존의 일관된 패션시스템에서 개별적인 다양한 패션스타일로 새로운 문화 콘텐츠를 확대하고 발전할 수 있는 가능성을 갖고 있다.

제 2 절 인디패션의 유형 및 표현특성

본 절에서는 심층인터뷰 결과를 중심으로 인디패션의 유형을 범주화하고 패션스타일 표현을 분석하였다. 심층인터뷰를 통해 응답자들은 기존의 패션기업의 브랜드를 입더라도 패션스타일을 표현하는데 있어서 본인이 중심이 되어 남들과는 다른 차별화된 독창적이고 새로운 스타일을 솔직하게 표현하는 인디정신과 태도가 있다면 인디패션이라 할 수 있다고 하였다. 인디패션의 유형을 완벽

하게 범주화 할 수는 없지만, 패션스타일의 표현에 있어서 크게 두 부류로 나뉘 볼 수 있었다. 첫 번째는 스타일링 중심 인디패션으로 각각의 패션 아이템보다는 기존의 아이템들의 새로운 조합을 통해 창의적인 스타일링에 초점을 두고 있다. 두 번째는 아이템 중심 인디패션이다. 타인들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만이 공유할 법한 브랜드를 통해 표현하는 패션이다. 공통적으로 남들과는 다른 본인만의 기준과 스타일을 표현하는 것이 중요하다. 마지막으로 스타일링 중심, 아이템 중심의 인디패션 모두 기존의 나와 있는 패션 아이템을 표현한 것이지만 이와는 다르게 패션스타일을 표현하는데 있어서 기존의 패션제품에서는 찾기 힘들고, 자신이 원하는 것을 직접 제작하는 것을 추구하여 직접 제작하는 셀프 프로덕션 중심의 인디패션이 있다.

1. 스타일링 중심 인디패션

스타일링 중심의 인디패션은 스타일링기법이 중요하다. 즉 많은 사람들에게도 잘 알려져 있고, 익숙한 아이템이더라도 이를 본인만의 스타일링으로 새롭게 낯설게 보이게 하는 것이 중요하다.

스타일링 중심의 인디패션은 많은 사람들이 입는 익숙한 패션 아이템, 브랜드를 입어도 이를 어떻게 나만의 것으로 스타일링 하여 낯설게 보이게 할지가 중요하다. 구체적으로 패션스타일을 살펴보면 첫째, 기존에 나와 있는 패션 아이템들의 조합을 해체 시키고 다시 새롭게 재조합하여 입는 코드 브레이커(Code breaker)로 상황에 맞지 않는 옷을 입는다든지, 전혀 어울리지 않을 법한 아이템들을 새롭게 조합해 창의적인 패션스타일을 표현한다.

완전 맞지 않는 코드 브레이커로 익숙한 옷인데 새롭게 느껴지는 것들이에요. 저는 그런 새로움이 또 다시 익숙해지더라도 그런 시도가 중요하고 제가 옷을 입을 때 가장 중요한 부분이에요.

(김수현, 28세, 인디패션잡지에디터)

기존에 이렇게 입는 용도라고 나온 아이템들을 제 멋대로 입어요... 팔찌나 시계를 발목에 찬다던가, 벨트를 목걸이로 착용하거나 그런 것어요.

(이현수, 30세, 인디패션잡지대표)

저는 아래, 위가 전혀 반대되는 옷을 입어요... 위에는 아주 노출이 많은 옷을 입으면 아래는 발등까지 노출이 없는 옷을 입는 것 같은 것어요.

(김진이, 42세, 인디패션잡지대표)

안 보이도록 입는 것들을 일부러 보이게 입어요. 안에 입는 이너를 밖에 약간씩 꺼내 입어요. 그래서 전 양말을 꼭 바지를 넣어서 신어요.
<그림 5>

(이정훈, 30세, 인디패션디자이너)

T.P.O가 있잖아요. 전 그걸 아예 무시하고 입어요. 일부러요. 누가 정한건지도 모르겠는 규범을 지금까지 지키는 것이 이상해요. <그림 6>

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

정장같은 옷을 아웃도어룩으로 입는다면 어떨까. 둘 중 어느 한쪽으로도 치우치지 않고 딱 중간에 중심을 잡은 스타일링을 추구해요.

(김수현, 28세, 인디패션잡지에디터)

많은 사람이 부담스러워 하잖아요. 그렇지만 어떻게 입느냐에 따라 전

혀 부담스럽지 않게 스타일링 할 수 있다고 생각해요. 심지어 안에 입은 긴 셔츠는 여성용 원피스예요. 전 이런 게 재미있어요. <그림7>

(신동현, 24세, 학생)



<그림 5>

바지 위로 양말을
보이도록 한
패션스타일링



<그림 6>

정장을 캐주얼하게 입은
패션스타일링



<그림 7>

새로운 조합을 통한
패션스타일링

둘째, 색, 소재, 형태 등 기존의 디자인 규칙을 일부러 무너뜨리는 룰 브레이커(Rule breaker)로 패션스타일을 표현한다.

저는 머리부터 발끝까지 같은 소재로 입는 것을 좋아해요. 예를 들면, 머리부터 발끝까지 청바지를 입거나 다 체크무늬로 입어요. <그림 8>

(김우준, 25세, 학생)

머리부터 발끝까지 같은 색으로 입는 것을 좋아해요. <그림 9>

(정윤아, 23세, 학생)

톤온톤으로 입는 편이에요. 머리부터 발끝까지 입는 편이죠.

(김현민, 23세, 학생)

레이아웃이 중요해요. 어떤 날은 제 몸이 다 드러나는 제 모습 그대로 보이게 하기도 하고, 어떤 날은 허리는 뚱뚱하게 가슴은 작아보이게 몸과 전혀 반대로 입기도 하고 그래요.

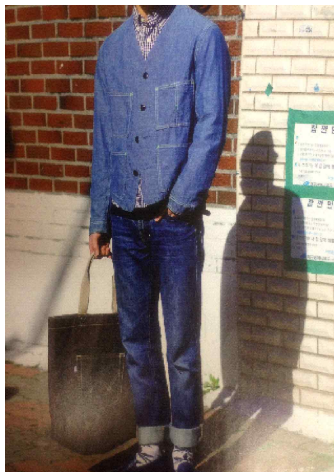
(김현정, 24세, 학생)

저는 어깨에서 발까지의 몸의 형태가 뒤집어놓은 물방울 같이 보이면 좋겠다고 생각해요.

(황지수, 31세, 인디패션잡지에디터)

핏에 민감한 것 같아요. 특히, 색을 하나로 하면 옷의 아웃라인을 좀 더 보게 되잖아요. 핏, 형태적인 느낌이 좋아요.

(강민수, 31세, 인디패션잡지대표)



<그림 8> 상·하의 같은 소재의 패션스타일링



<그림 9> 상·하의 같은 색으로 입은 패션스타일링



공통적으로 스타일링 중심의 인디패션은 코드 브레이커와 룰 브레이커를 통해 패션을 표현하는데 있어 재미있고 유티있게 입는 것을 추구한다.

다양한 색상을 조합하여 유티한 분위기를 추구해요. 어떻게 보면 **토이 스토리에 나올 것만 같은 캔디처럼 보이게 입어요.**

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

상황에 맞지 않게 입는 것 재밌잖아요. 같은 옷 다른 느낌?

(이정수, 31세, 회사원)

입을 수 있는 스타일을 **뻥하지 않게 그리고 재미있게 표현하려 해요.**

(정윤아, 23세, 학생)

전 옷을 입는 것 자체를 즐겨요. 그래서 **남들도 제가 입은 걸 보고 재밌고 즐겨주면 좋겠다**고 생각해요.

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

스타일링 중심의 인디패션은 기존에 많은 사람들이 알고 있고 익숙한 패션 아이템들을 상황에 맞지 않게 입는다든지 전혀 어울리지 않을 법한 아이템들을 스타일링하거나 색, 형태 등을 해체시키고 다시 본인의 것으로 재해석해서 입으면서 익숙한 것을 낯설게 보이게 하는 의외성을 추구한다.

<표 4> 스타일링 중심 인디패션 결론

특성	-익숙한 패션 아이템, 브랜드를 입어도 이를 본인만의 것으로 스타일링 하여 낯설게 보이게 할지가 중요 -패션을 표현하는데 재미있고 위트 있게 입는 것 추구 -의외성 추구	
패션스타일 표현	코드 브레이커	-상황에 맞지 않는 옷 -전혀 어울리지 않을 법한 아이템 조합
	룰 브레이커	-색, 소재, 형태의 기존의 디자인 규칙 무너뜨림

2. 아이템 중심 인디패션

스타일링 중심 인디패션과는 달리 아이템 중심 인디패션은 패션을 표현하는데 있어서 많은 사람들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만이 공유할 법한 브랜드를 통해 나만의 스타일, 기준을 갖고 남들과는 다른 나만의 독창성을 표현하고 있다.

처음 좋아하는 브랜드를 알게 되었을 때 나만 알고 있어서 좋았는데, 어느 순간 많은 사람들이 알게 되면 입지 않아요.

(최한나, 25세, 학생)

다르게 스타일링 했더라도 같은 바지 입고 있으면 싫어요.

(김가은, 23세, 학생)

기준에 누구나 알고 누구나 입는 옷을 입으면서 ‘나는 이 옷이 나랑 가장 나의 가치관을 잘 보여줘’ 라고 할 수 없는 것 같아요.

(김현아, 29세, 가구디자이너)

저는 항상 새로운 것을 찾고, 기존에 있는 브랜드나 아이템이 아닌
것을 입으려 시도하는 것으로 인디패션을 표현하려 해요.

(장준용, 32세, 그래픽디자이너)

지금은 많은 사람들이 공유하지 못하는 패션 아이템을 착용하다가 나중에
많은 사람들이 그걸 착용하고 다니는걸 보면 지금 사람들이 하지 않는
어떤 새롭고 신선한 것을 저는 추구하고 착용하려 해요. 앞서 나가
는 거죠.

(권나영, 31세, 회사원)

감각적 자극의 즐거움 자체를 즐겨요. 새로운 건 무엇일까, 뭐가 나
왔을까, 어떤 스타일을 입어야 멋진지 등 다양하게 찾아보며 스트레
스를 풀어요.

(조찬수, 25세, 제품디자이너)

저는 옷을 입을 때 옷을 어떻게 입을지에 재미를 느낀다기보다는 새로
운 것, 독특한 것, 그 안에서 충격적인 것 이런 것은 무엇이 있을까
계속 탐색하고 찾는 것 자체를 좋아해요.

(이소연, 28세, 인디패션디자이너)

새로운걸 보고 그걸 나만 알고 있는 데에서 쾌감을 느껴요.

(안효은, 25세, 인디패션잡지에디터)

아이템 중심의 인디패션스타일 표현을 보면, 대부분 희소성이 강
한 브랜드제품을 입는다. 따라서 많은 대중들이 잘 알지 못하는 신
진 디자이너 옷을 입거나, 국내에 아직 들어오지 않은 국외 브랜드

를 선호한다. 이들의 구매 장소는 매장을 방문하여 구매하는 경우는 신진 디자이너 제품을 모아 판매하는 편집샵이나, 국내에 들어오지 않은 국외브랜드를 소량 국내에 들여와 판매하는 매장을 방문하여 구매한다. 새롭고 독특한 제품 구매를 위해 국내에 매장에서 판매하는 것보다는 대부분 더 많은 제품을 보고 국외의 여러 사이트 같이 인터넷 쇼핑을 통해 구매를 하는 편이었다.

브랜드에서도 많은 대중에게 알려져 있더라도 콜라보레이션되어 독특하고 희소적인 제품, 리미티드 제품을 입거나, 빈티지 제품을 선호한다. 이러한 희소성이 강한 제품들은 서로의 취향을 공유할 수 있는 동호회나 인터넷에서 서로 제품을 판매, 구매한다.

전 많은 사람들이 아는 브랜드 보다 많이 알지 않는 브랜드가 좋아서 신진 디자이너 옷들을 많이 입어요. 또 이렇게 막 시작한 디자이너들의 옷을 입어줘야 앞으로 패션에도 발전이 있지 않겠어요?

(이은이, 31세, 인디패션잡지대표)

저는 많은 대중들이 잘 모르고 있는 브랜드를 좋아해요.

(오정희, 33세, 건축가)

아직 국내에 들어오지 않은 해외 브랜드를 많이 입어요. 좋아하는 브랜드는 독일 브랜드 Bless예요.

(안효은, 25세, 인디패션잡지에디터)

패션 말고 리빙제품 같이 다양한 분야의 인디 디자이너 들이 모여서 만든 매장, 플리마켓 같은 곳을 가요.

(김희연, 31세, 제품디자이너)

29CM 같은 온라인 편집샵에 자주 들어가요. 거기에는 이제 막 시작한 독특하고 실험적인 신진 디자이너들이 모여서 판매하거든요.

(한중현, 36세, 회사원)

브랜드와 아티스트가 콜라보해서 나온 아이템들을 좋아해요.

(조찬수, 25세, 제품디자이너)

좋아하는 브랜드로는 슈프림, 나이키 아디다스이지만 콜라보 된 희소성 있는 옷을 입어요.

(배정현, 27세, 학생)

전 세상에 하나밖에 없는 옷이 좋아요. 근데 그런 옷은 찾기 어려워서 그나마 많이 입지 않는 몇 개 안 나온 옷을 찾아서 입는 편이죠.

(권나영, 31세, 회사원)

실제 미국의 기술자나 미술 작업을 하는 사람들은 흰색 오버롤을 즐겨 입어요. 빨아도 지워지지 않는 기름때 같은 얼룩은 훈장 같은 것처럼 보여요.

(김현아, 29세, 가구디자이너)

아메리칸 워크 웨어라고 할 수 있는 80 · 90년대의 미국스타일을 좋아해요. 옷 구매할 때 중요하게 보는 것은 80 · 90년대에 만들어졌던 빈티지 미국브랜드를 인지 아닌지 예요. <그림 10>

(장준용, 32세, 그래픽디자이너)

베트남 전쟁 때 입었던 군복을 좋아해요. 그런 옷은 그런 스타일을 만드는 회사도 있고 빈티지 가게나 군복사이트 같은 곳에서 사요.

(정다운, 31세, 인디패션잡지에디터)

가장 많이 사는 옷은 **항공점퍼**예요. 항공점퍼는 버즈릭슨(Buzzrickson)이라는 곳에서 사요. 이곳은 실제로 항공점퍼를 만들고 항공점퍼의 원단, 실, 소재 개발하는 브랜드예요. <그림 11>

(정준형, 29세, 인디패션디자이너)

저는 오리지널리티 있게, 가치 있게 변형한 옷을 좋아해요. 그래서 **빈티지** 제품을 좋아해요.

(오지나, 29세, 인테리어디자이너)



<그림 10>

아메리칸 워크 웨어



<그림 11>

버즈릭슨(Buzzrickson)의
항공점퍼

다른 사람과 차별화 되고 나만의 알 수 있는 제품, 좀 더 독특한 제품을 추구하다보니 실용적인 것 보다는 불편하고 입기 힘든 제품을 선호하기도 한다.

독일의 블레스(Bless)를 좋아해요. 실생활에 절대 못 입고 못 쓰는 것이 만들어요. <그림 12>

(김윤희, 31세, 인디패션잡지에디터)

패션은 예술작품이라고 생각해요. 그래서 **천으로 국한시키지 않고 만든 옷도 입어요.** <그림 13>

(이소연, 28세, 인디패션디자이너)

실용적이고 베이직한 아이템 보다는 **좀 불편한 옷을 좋아하는 편**이에요. 남들의 시선 또한 불편하게 느껴지는 것을 즐기는 편이에요. **옛날 중세시대의 초상화같이 찢찢하게 보이게요.**

(조혜진, 28세, 학생)



<그림 12> 독일 브랜드(Bless)



<그림 13> 퍼 슬리퍼(Brkfurry)

스타일링 중심 인디패션은 익숙한 것을 재해석하여 낯설게 보여주지만, 아이템 중심 인디패션은 익숙한 것이 아닌 낯선 것 자체를 보여주는 것을 추구한다. 따라서 패션스타일 표현을 보면, 현재 유행하지 않고 많은 사람들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만이 공유할 법한 브랜드를 통해 나만의 스타일과 기준을 갖고 남들과

는 다른 독창성을 표현하고 있다. 즉 아이템 중심의 인디패션은 패션스타일을 표현하는데 있어 희소성이 가장 중요하다. 많은 대중들이 잘 알지 못하는 신진 디자이너 옷을 입거나, 국내에 아직 들어오지 않은 국외 브랜드, 많은 대중에게 알려져 있더라도 콜라보레이션된 독특하고 희소적인 제품, 리미티드 제품을 입거나, 빈티지 제품을 선호한다. 이들은 가격에 의한 희소가 아니라 독특하고 구하기 힘든 희소성을 추구한다.

<표 5> 아이템 중심 인디패션 결론

특성	-많은 사람들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만의 공유할 법한 브랜드를 통해 표현 -희소성 추구	
패션스타일 표현	희소성 강한 브랜드 제품	-신진 디자이너 브랜드 -국내에 들어오지 않은 국외브랜드 -콜라보레이션 제품 -리미티드 제품 -빈티지 제품
	불편하고 입기 힘든 제품	

3. 셀프 프로덕션 중심 인디패션

셀프 프로덕션 중심 인디패션은 말 그대로 본인 스스로 직접 제작하는 유형을 말한다. 기존의 패션과는 다른 각기 다른 개별적인 스타일로서 존재하는 인디패션은 패션스타일을 표현하는데 있어서 기존의 패션제품에서는 찾기 힘들고, 자신이 원하는 것을 직

접 제작하는 것을 추구하여 직접 만들어 입거나 본인만의 브랜드를 만들었다.

같은 브랜드에서 산 똑같은 아이템이라도 저만의 스타일로 바꿔서 리폼해서 착용해요. <그림 14>

(김정은, 30세, 인디패션잡지에디터)

처음에는 제가 추구하는 패션스타일이 없다보니 직접 만들어 입었어요. 그러다가 주위에 사람들이 만들어 달라 해서 시작하다보니 브랜드가 되었네요.

(이정아, 31세, 인디패션디자이너)

전 저 같이 입는 사람이 저뿐인 줄 알았어요. 점점 많은 다양한 사람들을 만나다보니 저 같은 스타일을 좋아하는 사람들도 많은 것이에요. 그래서 나를 위해서, 그 사람들을 위해서 브랜드를 냈죠.

(최수진, 32세, 인디패션디자이너)

많은 사람들이 저 보고 너 옷 스타일이 이상하다고 한 적이 많았어요. 저 같은 스타일도 그냥 하나의 스타일로 보이도록 하고 싶어서 저와 같은 스타일의 사람들을 찾아다니면서 사진 찍고 책을 냈죠.

(조현정, 30세, 회사원)

제가 좋아하는 것, 제가 하고 싶은 이야기를 남들과 공유하고 싶어서 잡지를 냈어요.

(최지은, 34세, 인디패션잡지대표)



<그림 14> 리폼한 바지

셀프 프로덕션에 관한 질문은 본인이 제작하는데 있어서 어떠한 점을 중요하게 생각하는지에 대한 질문이었다. 이들이 디자인 및 구상을 할 때에 중요하게 생각하는 점은 남들과는 다른 나만의 독창적인 스타일이다. 이에 따라 패션에서만 국한된 것이 아니라 다양한 분야에서 받은 영감들, 아이템들을 패션에 적용하여 새롭게 표현하기도 한다.

패션디자이너 뿐만 아니라 인테리어, 가구, 예술사진, 예술작품들을 자주 봐요. 이런걸 보는 것 자체가 즐겁고 좋아요. 또 여기서 제가 어떤 새로운 아이템을 리폼할지 영감이 떠오르기도 하거든요.

(오지나, 29세, 인테리어디자이너)

예술 작품에서 작가의 정신 같은 것이 인디패션이란 많이 닮아있다고 생각해요. 어쨌든 인디패션도 예술작품처럼 나만의 것, 나만의 정신이 들어가 있어야 하잖아요.

(김희연, 31세, 제품디자이너)

브랜드 개성이 뚜렷하고 확실하다고 느껴지려면 많이 튀어야하고, 남들과 달라야한다고 생각합니다. 어렵긴 하지만 자체적으로 독특하고 튀는 남들과 다른 스타일을 추구해요.

(박지은, 36세, 인디패션잡지대표)

남들이 하는 걸 맹목적으로 따라 하기보다는 나만의 가질 수 있는 특별한 것 하나 정도는 갖고 있어야 하지 않을까요?

(이정아, 31세, 인디패션디자이너)

어떤 스타일로 범주화 시키는 것보단 각자 하나씩 개별화된 하나의 스타일이 존재하면 좋겠어요. 많은 스타일들이 존재하고 이러한 다양함이 패션에 있어서 발전을 가져온다고 생각합니다.

(최수진, 32세, 인디패션디자이너)

<표 6> 셀프 프로덕션 중심 인디패션 결론

특성	-기존의 제품을 통해 표현하지 않고 본인 스스로 직접 제작하는 유형 -직접 만들어 입거나, 본인만의 브랜드를 만듦
디자인 및 구상	-남들과는 다른 독창적인 스타일 추구 -패션에만 국한된 것이 아닌 다양한 분야에서 받은 영감 및 아이템 등을 패션에 적용하여 새롭게 표현

4. 유통 및 한계점

유통, 문제점 및 한계점은 인디패션디자이너, 인디패션잡지대표로 인디패션생산자들을 중점적으로 심층인터뷰 하였다. 유통은 매장을 갖고 있는 인디 디자이너들도 존재하고 있지만, 대부분 자본으로 인해 매장을 구하기 어려워 위탁판매매장(그림 15)안의 빈 선반을 대여해서 자신의 제품을 판매할 수 있게 하는 장소를 통해 제품을 홍보하고 판매하고 있다. 매장에서의 판매뿐만 아니라 독립적으로 자신의 브랜드를 런칭하고 활동하고 있는 패션을 포함한 다양한 분야의 인디 디자이너들이 모여 인터넷 사이트를 개설하여 판매하기도 한다.

장소를 일정기간 빌려주는 형식의 위탁판매업체를 이용해요.

(이정아, 31세, 인디패션디자이너)

매장을 갖고 있긴 하지만, 매장을 갖고 있는 건 장소가 한정적이고, 우리브랜드만을 판매하고 있으니 고객층도 한정적이에요. 그래서 위탁판매가게를 이용해요. 그러면 보다 다양한 장소와 고객층도 만날 수 있고, 다양한 디자이너의 제품도 구경할 수 있어서요.

(이소연, 28세, 인디패션디자이너)

요즈음은 위탁판매 가게라고 따로 있을 뿐더러 카페나 미술관 같은 장소에서도 장소를 많이 제공해주서 그 안에서 판매하고 있어요.

(전경희, 32세, 인디패션디자이너)

독립출판물만 판매하는 독립출판서점에서 판매해요. <그림 16>

(이은이, 31세, 인디패션잡지대표)



<그림 15> 위탁판매매장 이태원 플리플리 칸!칸!칸!



<그림 16> 독립출판서점 가가린

많은 분야에서 독립적으로 자신의 브랜드를 만든 디자이너들이 모여서 사이트를 만들었어요.

(정준형, 29세, 인디패션디자이너)

사실 매장을 구하기 너무 어려우니 좀 더 경제적이고 접근성이 편한 사이트를 개설해서 판매해요.

(김혜정, 31세, 인디패션디자이너)

사람들이 매장에 직접 가서 사는 것보단 인터넷으로 많이 사니까 저희도 이러한 사이트를 만들어서 판매해요. 요즘은 매장이 딱히 필요하

지 않은 것 같아요.

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

홍보같은 경우는 많은 사람들이 다양한 분야에 관심이 많아지다 보니, 여러 분야들이 함께 모여 폴리마켓을 열어 알리고 있다고 하였다. 또한 페이스북(facebook), 트위터(twitter), 인스타그램(instagram)등 SNS의 사용자가 늘고 그 안에서 많은 사람들이 다양한 정보를 공유하고 소통하면서 자신들의 브랜드를 공유하고 소통하는 직접적인 홍보(그림 17)가 이뤄지고 있다.

같이 모여서 위탁판매하는 사람들끼리 폴리마켓을 열어요. 폴리마켓 홍보는 인스타그램이나 페이스북을 통해 많은 사람들에게 알리고요.

(이정아, 31세, 인디패션디자이너)

워낙 다양한 분야에서 활동하는 인디 디자이너들이 모이다 보니 파티같이 열어요. 음식도 먹고, 옷도 보고, 음악도 듣고, 춤도 추고 거기서 많은 사람들과 공유하고 서로의 지인들을 초대하기도 해서 많은 고객을 얻죠.

(이현수, 30세, 인디패션잡지대표)

인디패션향유자들은 의도적으로 기존 시스템 내의 유행을 선도하는 리더가 되려고 하지 않지만, 결과적으로 새로운 패션을 창조하며 더 나아가 패션뿐만 아니라 다양한 인디문화들을 향유하고 이에 따른 새로운 라이프 스타일을 리드하는 문화 창조자의 역할을 하고 있다.

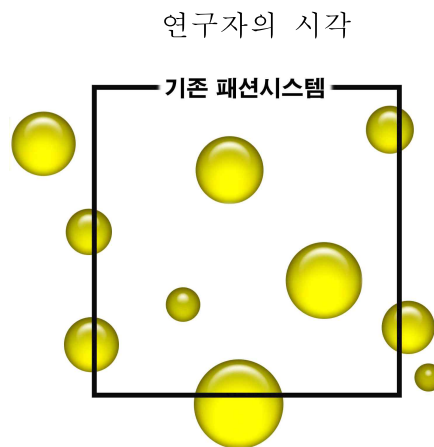


<그림 17> 인스타그램을 이용한 플리마켓 홍보

마지막으로 문제점과 한계점으로는 대부분이 ‘사람들의 인식’이라고 응답하였다. 많은 사람들이 인디패션이라고 하면 하위패션, 비주류패션, 반항적인 패션 등 부정적이고 특정한 이미지의 인식이 강해 그 인식을 바꾸기가 어렵다고 응답하였다. 이러한 인식 자체는 남들과 다름을 수용하지 못하는 한국 기성세대의 경직화된 사고와 기존의 메이저 중심의 패션시스템이 장악, 인디패션의 정의와 범주가 확실하지 않기 때문이라고 볼 수 있다. 이는 현대 패션시스템에서 개별적인 다양한 패션스타일보다는 기존의 획일화된 패션스타일로만 유지되며 유통에서의 문제점으로도 나타난다.

인디패션향유자들은 인디패션은 본인이 중심이 되어 남들의 시선으로부터 벗어나 독립적으로 본인만의 스타일을 추구하는 패션이며, 따라서 기존의 패션시스템에서 완전한 독립되어 위치하고 있

다고 이야기하면서도 사람들의 시선과 인식을 문제점으로 삼고 있다. 이는 앞서 언급한 (그림 4)와 같이 기존 패션시스템에서 완전한 독립을 이루고 있지 않은 것으로 보인다.



<그림 18> 연구자의 시각에서 본 현대 패션시스템 내에서 인디패션의 위치

많이 변화하긴 하였지만, 많은 사람들이 아직 잘 모르고 사실 인디패션이라고 하는 정의 자체도 애매하다보니 이런 인디패션이라는 것 자체에 아예 관심이 없는 것 같아요.

(김진이, 42세, 인디패션잡지대표)

아직도 비주류라고 생각하는 사람들의 인식을 바꾸기가 어려워요.

(강민수, 31세, 인디패션잡지대표)

인디패션 이라고 하면 비주류 옷, 저렴한 옷, 반항적인 느낌 같은 것이 너무 강하게 생각되니 그걸 바꾸기가 어려워요. 이런 인식을 바꾸는 방법도 없고요.

(박나은, 33세, 인디패션디자이너)

남들과는 다른 스타일이다 보니 아직도 마이너라고 생각하는 것과 저평가하는 것이 가장 힘들어요. 패션이라는 것은 생각을 표현하는 것인데 자율성이 죽는 것 같아요.

(최지은, 34세, 인디패션잡지대표)

아무래도 독립적으로 하다 보니 많은 사람들에게 알리는 것이 힘들고, 어떻게 판매해야할지가 어려워요.

(이현수, 30세, 인디패션잡지대표)

생각보다 많은 인디 디자이너, 인디브랜드들이 존재하지만 많은 사람들이 알지 못하죠. 아직도 지인이나 소수의 사람들만이 저희 브랜드를 알고 있어요.

(전경희, 32세, 인디패션디자이너)

유통에서는 대부분의 인디패션디자이너들은 가게의 빈 선반을 대여해서 자신의 제품을 판매할 수 있게 하는 위탁판매매장을 통해 자신의 제품을 홍보하고 판매하고 있다. 또한 독립적으로 자신의 브랜드를 런칭하고 활동하고 있는 다양한 분야의 디자이너들이 모여 사이트를 개설에 판매하기도 한다.

홍보같은 경우는 독립적으로 런칭하여 활동하고 있는 다양한 분야의 사람들이 모여 플리마켓을 열거나 SNS를 통해 알리고 있으며, 문제점과 한계점으로는 대부분이 ‘사람들의 인식’이라고 하였다. 많은 사람들이 인디패션이라고 하면 부정적인 인식이 강하고 저평가되기도 하며 소수만이 공유하는 문제점이 나타난다.

<표 7> 인디패션생산자의 유통 및 한계점

유통	<ul style="list-style-type: none"> - 위탁판매 - 인터넷 사이트 개설 - 폴리마켓 - SNS
문제점 및 한계점	<ul style="list-style-type: none"> - 부정적이고 특징적인 인식 - 판매와 홍보의 문제점

제 4 장 결 론

본 연구는 기존의 일관된 문화적 흐름에서 벗어나 자기정체성의 실현과 가치, 자유와 창작의 독립을 추구하는 인디패션을 파악하는데 목적을 두었다. 이를 통해 인디패션의 정의와 특성, 인디패션향유자들의 특성을 파악하여 다양한 패션 문화로서 앞으로의 패션 산업, 패션 트렌드 등에 대한 새로운 발전 방향을 제시하는데 도움이 되고자 하였다.

본 연구에서는 현재까지 인디패션에 관한 연구가 활발히 이루어지고 있지 않아, 문헌연구뿐만 아니라 인디패션을 향유하고 있는 사람들의 의견들을 물어 인디패션의 정의와 특성을 추출한 실증적 연구방법을 병행하였다.

문헌연구는 인디문화에서 활동하고 있는 사람들이 쓴 인디 관련 에세이, 국내 · 외 서적 및 연구논문 등을 통하여 인디에 대한 정의 및 특성을 고찰하였으며, 심층면접에서는 인디패션의 정의 · 특성 및 이미지, 인디패션의 스타일 표현, 인디패션의 소비행동, 현대 패션시스템에서 인디패션의 위치, 제작경험 등으로 크게 5가지 유형으로 실시하였다.

먼저 인디의 정의 · 특성 및 이미지에 대한 연구 결과로서, 인디의 정의는 획일화된 문화 생산 양식의 시스템에서 벗어나 고유의 문화적 특징과 자기만의 독창성을 추구하려는 정신과 태도이었다. 그리고 인디의 특성은 첫째, 제작과 유통을 거대 자본으로부터 독립시킨 것이다. 둘째, 이러한 독립의 바탕에는 자기정체성이 크게 자리를 잡고 있다. 셋째, 이러한 독립으로 자유롭고 실험적인 표현 방식을 보이는데 이는 기존의 질서에 대한 대안적 가능성 및 경직

된 사회에서 대안적인 문화적 실천의 가능성으로 존재하고 있다.

본 연구에서 중점적으로 연구하고자 하는 인디패션은 이러한 인디의 정의와 특성에 부합하는 패션을 의미한다. 즉 인디패션은 기존의 일관된 패션흐름에서 벗어나 본인이 중심이 되어 본인만의 가치관과 기준을 바탕으로 남들과는 다른 차별화되고 독창적이며 새로운 스타일을 용기있고 솔직하게 표현하는 인디정신과 태도를 가진 패션이라 할 수 있다.

기존의 패션과 다른 인디패션의 특성은 다음과 같다.

첫째, 기존의 패션은 동조성과 차별성이 동시에 존재한다. 여기서의 동조성은 패션흐름과 본인이 속한 사회집단에 의해서 전형적으로 받아들여지는 패션스타일을 의미한다. 이와는 다르게 인디패션은 기준이 본인에게 있어 동조성을 추구하지 않으며, 자신이 속한 준거집단 안에서 기대충족이나 안정감을 위한 패션스타일이 아닌 남들과는 다른 본인만의 개별성을 추구하는 것이다. 또한 지속적으로 새로운 스타일을 추구하는 차별성도 추구하지 않는다. 본인만의 가치관과 정체성의 표현은 패션스타일에 있어서도 남들과는 다른 패션스타일로 보여질 뿐이다.

둘째, 인디패션은 자기정체성을 바탕으로 두고 있음으로 하나의 일관성을 가지고 변하지 않는 본인만의 스타일을 특징으로 한다. 기존의 패션은 계속 변화하는 흐름이 형태를 가지고 있지만 인디패션은 변하지 않는 나만의 스타일과 기준을 갖고 있다.

셋째, 인디패션은 각기 다른 개인의 스타일로서 인디패션을 어떠한 이미지나 스타일로서 규정할 수 없다.

넷째, 인디패션은 다른 사람들이 누군가를 인디패션이라 규정할 수 있는 것이 아니라 본인 스스로 앞서 언급한 인디정신과 태도에 부합하는 패션을 추구한다고 인식할 때 인디패션으로 정의내릴 수

있을 것이다.

다음은 실증적 연구로 인디패션은 어디에 위치하고 있는지, 인디패션에서 패션리더, 유행을 선도하는 사람은 누구라고 생각하는지와 그 이유 등에 대한 연구 결과이다.

인디패션향유자들은 인디패션에 대하여 본인만의 분명한 가치관과 정체성이 중요하기 때문에 유행의 흐름 안에서 존재하는 것이 아니라 독립되어 존재한다고 하였다. 그러나 여기서의 독립은 기존의 패션시스템에서의 완전히 독립이 아닌 일관된 것, 정형화된 것, 익숙한 것들로부터의 독립을 의미한다. 각기 다른 개별적인 인디패션스타일들은 기존의 패션시스템에서 완전히 독립하여 존재하는 것이 아니라 독립하여 위치할 수도 있고 일정 부분 벗어나 있기도 하고 혹은 완전히 독립하지 못하기도 하면서 유동적으로 존재한다는 것이다.

인디패션에서 일반 대중들에게 스타일을 모방하고 유행이 될 수 있게 영향력을 끼치는 패션리더는 존재하지 않는다. 다만 본인이 좋아하고 추구하는 패션스타일의 취향이 맞아 서로 공유하는 사람이 존재할 수는 있다. 취향을 공유하는 공동체 안에서도 영향력을 끼치는 패션리더는 존재하지 않으며 서로 정보를 공유하기는 하지만 각기 다른 개인의 독특한 스타일을 인정하는 각각의 개별만이 존재한다.

따라서 인디패션은 나만의 독창성을 추구하고 각기 다른 개별적인 스타일로서 특정 이미지나 스타일 등으로 규정할 수 없기 때문에 패션리더는 존재할 수 없으며 각각 자기리더, 셀프(self)리더로 볼 수 있다. 또한 이들은 의도적으로 기존 패션시스템 내에서 유행을 선도하는 패션리더가 되려고 하지 않지만, 결과적으로 새로운 패션을 창조하는 사람들이며 패션디자이너라기 보다는 패션스타일

링을 창조하는 사람이라 할 수 있고 나아가 패션뿐만 아니라 라이프 스타일을 리드하는 문화 창조자의 역할을 하고 있다.

다음은 인디패션에 있어서 스타일 표현 및 소비행동에 대한 연구 결과로서 인디패션의 스타일 표현에 대한 유형을 완벽하게 범주화할 수는 없지만 크게 3가지로 구분하였다.

첫째, 스타일링 중심 인디패션으로 각각의 패션 아이템보다는 기존의 아이템들의 새로운 조합을 통해 창의적인 스타일링에 초점을 두고 많은 사람들이 입는 익숙한 패션 아이템, 브랜드를 입어도 이를 어떻게 나만의 것으로 스타일링하여 낯설게 보이게 할지가 중요하다.

기존에 나와 있는 패션 아이템들의 조합을 해체시키고 다시 새롭게 재조합하여 입는 코드 브레이커(Code breaker)로 상황에 맞지 않는 옷을 입는다든지, 전혀 어울리지 않을 법한 아이템들을 새롭게 조합해 창의적인 패션스타일을 표현한다. 또한 색, 소재, 형태 등 기존의 디자인 규칙을 일부러 무너뜨리는 룰 브레이커(Rule breaker)로 패션스타일을 표현한다.

따라서 스타일링 중심 인디패션은 코드브레이커와 룰 브레이커를 통해 패션을 표현하는데 있어 재미있고 유희있게 입는 것을 추구하며, 기존에 많은 사람들이 알고 있는 익숙한 패션 아이템들을 상황에 맞지 않게 입는다든지 전혀 어울리지 않을 법한 아이템들을 스타일링하거나 색, 형태 등을 해체시키고 다시 본인의 것으로 재해석하여 착용하고 익숙한 것을 낯설게 보이게 하는 의외성을 추구한다.

둘째, 아이템 중심 인디패션으로 패션을 표현하는데 있어서 많은 사람들이 착용하지 않는 아이템이나 소수만이 공유할 법한 브랜드를 통해 나만의 스타일을 표현하고 남들과 다른 기준으로 독창성

을 표현한다.

대부분 희소성이 강한 브랜드제품을 입기도 하고 많은 대중들이 잘 알지 못하는 신진 디자이너 옷을 입거나, 국내에 아직 들어오지 않은 국외 브랜드를 선호한다. 이들의 소비행동은 신진 디자이너 제품을 모아 판매하는 편집샵이나 국내에 들어오지 않은 국외브랜드를 소량 국내에 들여와 판매하는 매장에서 구매하기도 하고, 새롭고 독특한 제품 구매를 위해 국내의 매장에서 판매하는 것보다는 대부분 국외의 여러 사이트를 통한 인터넷 쇼핑으로 구매를 하는 편이다. 브랜드에서도 많은 사람에게 알려져 있는 제품이라도 콜라보레이션(collaboration)되어 독특하고 희소적인 제품, 리미티드(limited) 제품을 입거나, 빈티지(vintage) 제품을 선호하기도 하는데 이러한 희소성이 강한 제품들은 서로의 취향을 공유할 수 있는 동호회나 인터넷에서 서로 제품을 판매 · 구매하기도 한다.

스타일링 중심 인디패션은 익숙한 것을 재해석하여 낯설게 보여주지만, 아이템 중심 인디패션은 익숙한 것이 아닌 낯선 것 자체를 추구하고 패션스타일을 표현하는데 있어 희소성이 가장 중요하며, 이들은 가격에 의한 희소가 아니라 독특하고 구하기 힘든 희소성을 추구한다.

셋째, 스타일링 중심과 아이템 중심 인디패션은 기존에 나와 있는 패션아이템을 표현한 것이지만, 이와는 달리 패션스타일을 표현하는데 있어서 기존의 패션제품에서는 찾기가 어렵기 때문에 자신이 원하는 것을 스스로 직접 제작하는 유형의 셀프 프로덕션 중심 인디패션이 있다.

다음은 제작경험을 기반으로 하는 셀프 중심 프로덕션에 있어 디자인 및 유통 그리고 인디패션의 문제점과 한계점 등에 대한 연구 결과이다.

디자인 및 구상을 할 때에 중요하게 생각하는 점은 남들과는 다른 독창적인 스타일을 추구하고 이를 위해 다양한 분야에서 받은 영감 및 아이템 등을 패션에 적용하여 새롭게 표현하고 있다.

셀프 중심 프로덕션의 유통에 대한 문제점 및 한계점은 매장을 갖고 있는 인디 디자이너들도 존재하고 있지만, 대부분 자본으로 인해 매장을 구하기 어려워 위탁판매 매장의 일부 빈 선반을 대여해서 자신의 제품을 홍보하고 판매하기도 한다. 또한 매장에서의 판매뿐만 아니라 독립적으로 자신의 브랜드를 런칭하고 다양한 분야의 인디 디자이너들이 모여 인터넷 사이트를 개설하여 판매하기도 한다.

홍보의 경우는 많은 사람들이 다양한 분야에 관심이 있으므로 여러 분야가 함께 모여 플리마켓을 열어 알리고 있으며, 페이스북(facebook), 트위터(twitter), 인스타그램(instagram)등 SNS를 통해 자신들의 브랜드를 공유하고 소통하는 직접적인 홍보가 이루어지고 있다.

인디패션의 문제점과 한계점으로는 대부분이 ‘사람들의 인식’이라고 응답하였다. 많은 사람들이 인디패션이라고 하면 하위패션, 비주류패션, 반항적인 패션 등 부정적이고 특정한 이미지의 인식이 강해 그 인식을 바꾸기가 어렵다고 하였다. 이러한 인식 자체는 남들과 다름을 수용하지 못하는 기성세대의 경직화된 사고, 메이저 중심의 패션시스템의 장악, 인디패션의 정의와 범주가 확실하지 않기 때문이라고 할 수 있다. 이는 현대 패션시스템에서 개별적인 다양한 패션스타일보다는 기존의 획일화된 패션스타일로만 유지·유통되는 문제점으로도 나타난다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 인디패션이 나아가야 할 방향은 첫째, 인디패션에 대한 인식의 변화 노력이 필요하다. 많은 사람들

이 인디패션이라고 하면 부정적인 인식이 강하고 저평가되기도 하며 소수만이 공유하는 문제점으로 나타난다. 이는 기존에 인디패션이라는 정의와 범주가 분명하지 않았고, 특정 스타일로 규정할 수 없기에 인디패션에 대한 인식이 분명하게 이루어지지 않았기 때문이다.

따라서 획일화된 스타일을 맹목적으로 추구하며 남들과는 다를 것을 부정적으로 생각하는 현대사회에서 인디패션은 세분화된 사람들의 취향에 맞추어진 개별적이고 다양한 패션이라는 인식과 본인만의 확실한 기준과 가치관을 갖고 패션을 대하는 정신과 태도가 인디패션의 변화로 나타날 수 있다.

둘째, 심층면접에서 인디패션디자이너들은 대부분 유통과 홍보에 있어서 어려움을 느끼고 있었다. 따라서 기존의 획일화된 패션스타일에서 벗어나 독창적인 패션스타일을 만들어내고 있는 많은 인디패션디자이너들에게 다양한 지원이 필요하다. 이는 메이저로 가기 위한 발판으로서의 지원이 아닌 인디패션만이 갖고 있는 독특한 특성들을 유지하기 위한 지원으로 인디패션 그 자체를 인정해주고 홍보시켜주는 새로운 장이 필요할 것이다. 이를 통해 각기 다른 독창적인 인디패션브랜드들이 존재할 수 있고 이는 패션산업의 다양성 있는 성장을 기대할 수 있을 것이다.

본 연구는 국내 인디패션의 정의와 특성을 파악하기 위해 실증적으로 연구하였다는 점에서 의미가 있다. 하지만, 심층 면접을 총 40명 대상으로 진행하였기 때문에 연구의 결과를 일반화하는데 한계가 있을 수 있고, 인디의 특성 중 하나인 제작과 유통 시스템에서의 독립이 인디패션에서는 미흡하게 다루고 있어 이를 위해 인디패션 생산자들을 중심으로 한 인디패션 제작과 유통 시스템에 관한 후속 연구의 필요성이 있을 것이다.

참 고 문 헌

국내서적

- 김수남, 한국독립영화, (서울: 살림, 2005)
- 김종휘 등, 날아라 밴드 뛰어라 인디, (해냄, 2000)
- 김형석, 일본영화 길라잡이, (서울: 문지사, 1999)
- 남인영, 개인.일상.기억의 정치학: 디지털 환경의 한국 독립 다큐멘터리,
- 대안영상문화발전소, (대안영상문화발전소 아이공, 2003)
- 문학산, 한국 단편영화의 이해: 서사와 미학 그리고 장르, (서울: 커뮤니케이션 북스, 2007)
- 박준흠 등, 한국의 인디레이블, (서울: 선, 2009)
- 이동연, 문화연구의 새로운 토픽들, (문화과학사, 1997)
- 인디에는 뭔가 특별한 것이 있다?! : ‘인디적인 것의 문화적 접변에 대한
- 단상’, 강계숙, (문학과지성사, 2006)
- 장호연 등, 오프 더 레코드, 인디 록 파일, (서울: 문학과지성사, 1999)
- 전양준, 정성일, 김경실, 독립영화의 현실과 미래, (스크린. 1999)
- 황상민, 사이버공간에 또 다른 내가 있다. 2000. (서울: 무역경영사)

국외서적

- Convention of the Independent Alliance*, (The Nickelodeon, 1909)
- Yannis Tzioumakis, *American Independent Cinema*, (New

Brunswick,
 New Jersey: Rutgers University Press, 2006)
 Finkelstein J., *After a Fashion*, (Melbourne University Press,
 1996)
 Thornton Sarah, Strategies for reconstruction the popular past,
 (Popular Music, v)
 Gregory Goodell, *Independent Feature Film Production: A
 Complete
 Guide from Concept through Distribution* (New York: St.
 Martin's
 Griffin, 1998)
 Jenkins, Richar, (Social Identity. London: Routledge, 1996)
 Yinger, L. Milton, Countercultures : the promise and the peril of
 a
 word turned upside down, (The Free Press, 1982)

학위논문

강한나, “얼리어답터 측정방법에 따른 대학생 소비자 유형화: 제품
 구입시
 기, 유행선도력, 얼리어답터 라이프 스타일을 중심으로”,(석사학
 위논문,
 울산대학교, 2007)
 김경하, 김덕하, “남자대학생의 유행 선도력에 따른 향수 태도 연
 구”, 한
 국디자인문화학회지 19, no. 3 (2013)
 김도연, “패션 트렌드 정보의 소비자 수용: 1996년에서 2001년을

중심으

로” (석사학위논문 건국대학교 디자인대학원, 2001).

김면중, “포스트인디밴드: 장기하와 얼굴들, 불나방스타쏘세지클럽
을 중

심으로”, (석사학위논문 서강대학교 언론대학원 2009).

김소연, “인디건축 탐구: 용산참사 기억 구조물 계획안” (석사학위
논문

경기대학교 건축대학원 2010).

김종갑, “90년대 이후 한국독립영화연구: 비디오 액티비즘과 미디어
어 액

티비즘을 중심으로” (석사학위논문, 동의대학교 영상정보대학원
2008).

김주현, “한국독립영화 제작에 관한 독립영화감독들의 인식 및 태
도” (석

사학위논문, 이화여자대학교 언론홍보영상학과, 2006).

김지영, “아이돌 팬덤과 인디음악 팬덤의 특성 비교 연구”, (석사학
위논

문 추계예술대학교 문화산업대학원 2009)

김지하, “한국 실험영화의 문화적 형성 과정 연구”, (박사학위논문
홍익

대학교, 2012)

문서인, “한국 인디음악의 대중성 확보에 관한 연구 : <장기하와
얼굴

들>사례를 중심으로” (석사학위논문, 한국외국어대학교 문화컨텐
츠학

과, 2010).

문진형, “한국 인디 레이블의 성장과정과 발전 방향에 관한 연구”

(석사

학위논문, 단국대학교 공연예술학과, 2014).

배안나, “한국 독립 다큐멘터리 영화에서 제작자의 개입과 노출에 관한

연구, 제작자-나의 다양한 양상들”, (석사학위논문 중앙대학교 철

상대학원, 2008)

서보승, “국내 인디음악의 전개 과정에 관한 연구” (석사학위논문, 단국

대학교 대중문화예술대학원, 2012)

송낙원, “포스트 할리우드 시대의 미국영화 산업에 대한 연구”, (박사학

위논문 한양대학교, 2007)

신현경, “유행선도력과 패션제품지식에 따른 온라인 구전활동”, (석사학

위논문, 건국대학교, 2009)

심현정, “1980년대 한국 언더그라운드 록음악에 관한 연구: 그룹 ‘들국화’

를 중심으로”, (석사학위논문 단국대학교 대중문화예술대학원, 2008)

안혜영, “2000년 이후 인디 레이블의 영향력 및 활성화에 관한 연구: 한

국 가요의 다양성에 관한 논의를 중점적으로”, (석사학위논문 상명대

학교 일반대학원, 2011)

양미경, “하위문화 복식의 스타일 연구: 1930년대부터 1990년대까지”,

(박사학위논문 성신여자대학교, 2003)

이은경, “일본 독립영화의 배급시스템 연구: 미니씨어터 다관계 공개형
태를 중심으로”, (석사학위논문 동국대학교, 1999)

임영빈, “한국 독립영화 제작과정 연구: 사전제작지원 프로그램을
활용
한 독립영화의 제작과정을 중심으로”(석사학위논문, 동국대학교
영상
영화제작학과 2014).

최민음, “독립영화 관람행동 결정 요인 연구” (석사학위논문, 한양
대학교
신문방송학과, 2010).

하유미, “한국의 인디댄스 연구” (석사학위논문 한국예술종합학교
무용
원 2005).

함효경, “안티패션 소비자의 패션취향과 구별짓기” (박사학위논문 경희
대학교, 2007)

홍종규, “미국 초기영화산업의 형성과 발전에 대한 연구”, (박사학
위논문
강원대학교, 2013)

국내 학술지 논문

김성수, 얼터너티브, 장르의 모호함과 비트제너레이션, 한국산학기술학회
논문지 14 no.9, (2013).

이정엽, “인디게임의 인터랙션 매커니즘과 서술방식 연구”, *한국게임학회*

임학회

14, no. 4 (2014).

이정엽, “인디게임의 아방가르드적 인터랙션 메커니즘과 서술방식 연구”,

미디어스토리텔링 (2014).

이호인, “한국독립영화, 수난과 의지의 흔적’, [매혹의 기억, 독립영화]”,

(한국독립영화협회, 2000년).

국외 학술지 논문

Brent Luvaas, “Designer Vandalism: Indonesian Indie Fashion and the

Cultural Practice of Cut’n’Paste Visual Anthropology Review”

American Anthropological Association 26 no. 1 (2010).

Hesmondhalgh, D., “Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of

a Popular Music Genre” *Cultural studies* 13 no. 1 (1999).

Holly Kruse, “Local Identity and Independent Music Scenes, Online

and Off”, *Popular Music & Society* 33, no. 5 (2010).

Meyer, John W. & Ronald L. Jepperson, The “actors” of Modern Society : the cultural construction of social agency, *Sociological*

Theory 18 no.1, (2002): 100–120.

Ooe, M. “Fashion & Consumer Behavior - Change of Fashion - Reading of Today’s Trend of Economy, Society and

Fashion:

From 1960 to the Present and Future”, *JAP RES ASSOC TEXTILE END-USES* 50 no. 10 (2009).

Peter Sinsbury, “The Financial Base of Independent Film Production

in the UK” *Screen incorporating screen education* 22 (1981).

Radder, Laetitia, “The marketing practices of independent fashion

retailers: Evidence from South Africa” *Journal of small business*

management and Development 34 no. 1 (1996).

Taylor, Fracis, “Working practives in Thai independent film production and distribution, Sudarat Musikawong” *Inter-Asia Cultural Studies* (2007).

인터넷자료

강중훈, “‘똥파리’ 바르셀로나 아시안영화제 대상” 연합뉴스, 2009년 5월

11일, <http://entertain.naver.com/read?oid=001&aid=0002654474> (2015

년 1월 16일 검색)

권혁기, “박스오피스 1위 ‘님아, 그 강을 건너지 마오’ 평일 관객수 증가”

아주경제, 2014년 12월 17일.

<http://www.ajunews.com/view/20141217083544687> (2015년 2월 19일 검색)

김작가, “밖에서 본 홍대앞 변화상” 2009년 8월 25일.

<http://daily.hankooki.com/lpage/coverstory/200908/wk20090825101714105450.htm> (2015년 3월 6일 검색)

류아진, “인디레이블 전성시대-1”, 스트리트 H 문화산책, 2011년 9월호

http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=2602&contents_id=80624 (2015년 4월 26일 검색).

삼성디자인넷, “Convergence(융합)의 시대, Divergence(분화)를 논하라”

<http://www.samsungdesign.net/MarKetReport/content.asp?an=6137&glChk=&block=&page> (2014년 12월 15일 검색)

양지선, “한국영화 흥행... ‘위낭소리’ ‘똥파리’ 등 독립영화 약진” 국민일

보, 2009년 12월 30일.

<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0002694769&code=13200000> (2015년 4월 3일 검색)

언니네 이발관, 위키백과.

<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%96%B8%EB%8B%88%EB%84%A4%EC%9D%B4%EB%B0%9C%EA%B4%80> (2015년 5월 12일 검색)

박윤정, “제 5회 인디브랜드페어, 바이어 및 패션업체 참관 신청 접수”,

패션저널&텍스타일라이프, 2015년 5월 19일.

<http://okfashion.co.kr/detail.php?number=36767&thread=81r07r01> (2015년 5월 2일 검색).

박영웅, “10cm, 장기하. 상반기 인디, 소리없이 강했다.” 머니투데이,

2011년 6월 29일.

<http://star.mt.co.kr/view/stview.php?no=2011062910332870434&type=1&outlink=1> (2015년 3월 2일 검색)

박은석, “벼락처럼 등장한 ‘인디 록의 교본’” 한겨레, 2009년

<http://www.hani.co.kr/arti/culture/music/390854.html> (2015년 4월 28일 검색)

박혜영, “디큐브시티 인디브랜드 팝업스토어 운영”, 2014년 5월 2일, 어패럴뉴스.

<http://www.apparelnews.co.kr/naver/view.php?iid=50317>
(2015년 4월 3일 검색).

송효정, “독립영화 진화의 역사” 2015년 5월 28일.

http://www.cine21.com/news/view/mag_id/79964 (2015년 5월 30일
검색)

한경석, 인디뮤직을 말하다, 현대카드_슈퍼시리즈.

<http://www.superseries.kr/4205> (2015년 3월 2일 검색)

한 사회에는 하나의 문화만 있을까? - 하위문화와 반문화 (청소년을 위

한 사회학 에세이, 해냄), 2011년 9월 26일.

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1718542&cid=47336&categoryId=47336> (2015년 3월 2일 검색).

사진 출처

[그림 2] 임희윤, “크라잉넛부터 잠비나이까지……케이팝의 숨은 자
양분 인디음악 20년” 2015년 1월 28일.

<http://news.donga.com/3/all/20150128/69318914/1>

(2015년 2월 3일 검색)

[그림 3] 서울상회, “인디이야기-한국 인디밴드 1세대 vol 1. 크라잉
넛”, 2013년 4월 10일, <http://seoulsanghoe.tistory.com/216>

(2015년 4월 3일 검색)

[그림 7] CRACKER YOUR WARDROBE, CRAKER LAB 2015년
4월호.

[그림 8] CRACKER YOUR WARDROBE, CRAKER LAB 2015년
3월호.

[그림 10] CRACKER YOUR WARDROBE, CRAKER LAB 2015년
4월호.

[그림 11] CRACKER YOUR WARDROBE, CRAKER LAB 2015년
4월호.

[그림 12] Danner, 클래식과 빈티지를 동시에 담은 워크웨어룩.

<http://danner.tistory.com/39>

[그림 13] FASHION MAKES ME HORNY Will Be Back After
the

New Year, 2010년 11월 26일.

<http://fashionmakesmehorny.com/2010/12> (2015년 5월 2일
검색)

[그림 20] <https://www.tumblr.com/search/사이사이프로젝트>

Abstract

Research on the Concept of Korean Indie Fashion

Na Yun, KIM

Dept. of Textiles, Merchandising

and Fashion Design

The Graduate School

Seoul National University

This paper has its purpose on comprehending indie fashion which pursues realization of self-identity, values, freedom and its creation that deviates from conventional cultural flow. Through which, this paper aims to understand the definition and characteristics of indie fashion, and also characteristics of those who enjoy indie fashion. And accordingly, this paper has its purpose in setting guidelines that the new fashion industry and trends should be headed.

Since there has not been enough research on indie fashion, this paper has conducted not only literature research, but also conducted empirical research method by collecting opinions from

people who are within the realm of indie fashion.

Literature research includes indie-related essays, domestic and foreign literatures, and scholarly papers which were devoted to understanding the definition and characteristics of indie. In-depth interviews were conducted by categorizing into 5 categories, that are definition, characteristics and images of indie fashion, style expressions of indie fashion, consumer behaviors, position of indie in the contemporary fashion and personal experiences.

Firstly, according to the research on definition, characteristics and image of indie fashion, indie is a spirit and an attitude that pursues its originality, distinct cultural aspects and deviates from standardized production system of culture. Also, indie's characteristics include first, being independent from the mass capital, mass production and mass distribution. Second, on the basis of its independence lies largely self-identity. Third, by being independent, indie reveals experimental expressions. Here, indie exists as a possibility which suggests alternative cultural practices from the standardized society.

Indie fashion that this paper focuses on complies with what is described above and the characteristics of indie fashion that differ from conventional fashion are as follows.

First, within the conventional fashion exist both conformity and differentiation. Here, conformity refers to the typically accepted fashion styles in a social group where one belongs to. On the other hand, indie fashion does not impose conformity upon an individual and rather, lets individuals pursue their own

distinctive characteristics.

Also, indie fashion does not pursue differentiation. it is just seen as a different fashion style as it represents one's own values and identity.

Second, indie fashions which bases on self identity is characterized by an individual's consistent and unchanging style. Conventional fashion has a constantly changing flow while indie fashion has one's own distinctive style and standards.

Third, images or styles of indie fashion can not be uniformly defined as styles differ from one individual to another.

Fourth, indie fashion can not be defined by others. Rather, indie fashion can only be defined when an individual acknowledges by oneself that he or she purses fashion that complies with indie fashion's spirit and attitude that have been discussed above.

Next, empirical study includes results that are about the position that indie fashion has in today's fashion and whom those interviewed regard as precursors to fashion in indie fashion and their reasons.

People who enjoy indie fashion have said that, regarding indie fashion, it exists independent from the flow of trends as it regards one's own values and identity important. Here, independence means independence from consistency, standardization, and, familiarities within conventional fashion system.

Although individuals who share similar fashion styles can

exist because their preferences may agree with one another, fashion leaders who set styles for the public to copy, and are influential in guiding trends do not exist in the realm of indie fashion.

Therefore, because indie fashion pursues its own originality can not be defined by particular style or image, fashion leaders can not exist within indie fashion. Rather each individual can be seen as a self-leader. Also, they do not purportedly aspire to be fashion leaders who lead trends. On the contrary, they create their new fashion styling and furthermore, they are cultural creators who lead lifestyles instead of mere fashion designers.

Next, as a result of research on style expression and consumer behavior on indie fashion, this paper has divided into three categories despite the fact that indie fashion style can not be completely categorized due to its distinctive characteristics.

First is on styling-focused indie fashion. Here, it is important that an individual combines fashion items, even if those items may be already established or conventional fashion items, and make the new combination of fashion items seem unfamiliar and completely the individual's.

For instance, "code breakers" are people who express creative fashion style through disassembling conventional fashion item combinations, and newly reassembling those. Also, there are "rule breakers" who break established design rules on color, materials and forms on purpose.

Second is on item-focused indie fashion. Here, many

individuals reveal their own styles and originalities that differ from others by fashion items that not many people wear or use, or only a small minority of people share.

Styling-focused indie fashion in indie fashion is about re-interpretation of the familiar, while item-focused indie fashion has more to do with pursuing the unfamiliar items from the beginning and thus, scarcity is the most important aspect in item-focused indie fashion.

Third, there is self-production focused indie fashion in which an individual produces what one wants by oneself. Indie fashion designers produce by themselves because both styling-focused and item-focused indie fashion use already existing fashion items, and thus have limits in the expression of fashion.

The problems and limits in the distribution of self-production are that while there are some indie designers who have their shops, most borrow empty shelves on consignment sales shops, promote and sell their products, because they lack in capital to get their own shops. Also, indie designers from various backgrounds get together to make a website and launch their brands online.

In terms of advertising and promoting, many people are interested in many different fields, those fields are gathered to open a flea market, and also, the designers directly advertise, share and communicate their brands through SNS such as facebook, twitter and instagram.

As the problem and limit of indie fashion, most people

answered "people's awareness". They replied that many people relate indie fashion with negative and particular images such as sub-fashion, minor fashion, and rebellious fashion and thus, it is difficult to change people's awareness on indie fashion. This awareness is caused by the inflexible thinking of the established generation that does not easily accept differences, the domination of major fashion system, and the uncertainty of the definition and the range of indie fashion. This has led to the problem where conventional fashion system is maintained and distributed in the contemporary fashion system and individual and various fashion styles are ignored.

Based on the research results above, the directions that indie fashion should be headed are, first, the attempts to make changes in the perception of indie fashion. Many people have a negative image when it comes to indie fashion and indie fashion is often underestimated, and is limited only to a minority of people.

Therefore, the perception that indie fashion is individual and various fashion that is tailored for each individual's tastes is needed in the contemporary society where individuals recklessly pursue uniform styles and think of being different from others negative.

Second, during in-depth interviews, it was found that indie fashion designers felt difficulty in distributing and promoting. Thus, multiple supports for indie fashion designers who are creating original fashion style away from uniform fashion style are required. This means not leading indie fashion into

mainstream fashion, but accepting indie fashion itself, helping maintain unique characteristics that indie fashion has, and providing where indie fashion can stand independently. Through these, the growth of fashion industry with diversity where different indie fashion brands can exist is expected.

keywords : Indie fashion, Indie Spirit, Self-Leader, self-production

Student Number : 2013-23425